

ЭКОНОМИКА И СОЦИОЛОГИЯ

№ 1 (25)

Самара 2015

Учредитель

Негосударственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
“Самарский финансово-экономический институт”
(443110, г. Самара, ул. Мичурина, д. 78)

Главный редактор

доктор экономических наук О.Е. Рязанцева

Редакционный совет

С.Н. Сильвестров - доктор экономических наук, профессор, проректор Финансового университета при Правительстве Российской Федерации

А.Г. Зельднер - доктор экономических наук, профессор Института экономики Российской академии наук

О.Ю. Мамедов - доктор экономических наук, профессор Южного федерального университета

Редакционная коллегия

О.Е. Рязанцева - доктор экономических наук, профессор Московского государственного областного университета, главный редактор журнала «Экономика и социология»

Н.Е. Фомина - кандидат экономических наук, зам. главного редактора журнала «Экономика и социология»

Н.Ф. Тагирова - доктор исторических наук, профессор, зав. кафедрой «Экономическая история» Самарского государственного экономического университета

Р.И. Хансевичев - доктор экономических наук, профессор Самарского государственного экономического университета

Издается с 2009 г. Выходит 4 раза в год

Свидетельство о регистрации
средства массовой информации
ПИ № ФС 77-57524 от 27 марта 2014 г.,
выдано Федеральной службой по надзору
в сфере связи, информационных технологий
и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)

Адрес редакции: 443110, г. Самара, ул. Мичурина, д. 78.
E-mail: support@samfei.ru

© Самарский финансово-экономический институт, 2015

В номере:

СОЦИОЛОГИЯ

ТЕОРИЯ, МЕТОДОЛОГИЯ И ИСТОРИЯ СОЦИОЛОГИИ

Гюль Д.В.

Нетнография как стратегия социологического исследования:
особенности применения в маркетинге..... 7

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ И ДЕМОГРАФИЯ

Авдошина Н.В.

Молодые специалисты на современном производстве:
проблемы адаптации..... 13

СОЦИАЛЬНАЯ СТРУКТУРА, СОЦИАЛЬНЫЕ ИНСТИТУТЫ И ПРОЦЕССЫ

Митрофанова С.Ю., Штифанова Е.А.

Роль информационных технологий и гаджетов в социализации детей..... 18

ЭКОНОМИКА. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

Горячев Е.Ю., Белова Л.В.

Институциональные основания инвестиционных фондов 27

Суровушкин И.М.

Природа институциональных интересов в банковской сфере..... 33

Золотарева И.С.

Асимметрия информации на валютном рынке и факторы,
оказывающие влияние на уровень асимметрии информации 37

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ

Сысоева А.А.

Влияние этического поведения персонала на устойчивое развитие
компаний..... 41

Annotations to the Articles..... 43

СОЦИОЛОГИЯ

- *Теория, методология и история социологии*
- *Экономическая социология и демография*
- *Социальная структура,
социальные институты и процессы*

НЕТНОГРАФИЯ КАК СТРАТЕГИЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ: ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ В МАРКЕТИНГЕ

© 2015 Гюль Дарья Владимировна
кандидат исторических наук, доцент
Самарский государственный университет
443011 г. Самара, ул. Академика Павлова, д. 1
E-mail: fisa-f@mail.ru

Рассматриваются понятие и особенности нетнографии. Нетнография понимается как разновидность этнографии, предметом анализа которой являются сообщества, культуры, субкультуры, коммуникации последних лежат в среде новых медиа. Формулируются основные характеристики данной стратегии социологического исследования в сопоставлении с классической этнографией. Описываются сфера применения нетнографической стратегии, ее познавательные возможности в социологии и маркетинге.

Ключевые слова: нетнография, этнографическая стратегия социологического исследования, онлайн-коммуникация, новые медиа, нетнографическая стратегия в маркетинговом исследовании.

Формирование новой специфичной коммуникационной среды, онлайн-среды, перенос в нее многих коммуникативных практик и формирование в ней новых социальных групп повлекли за собой необходимость в их изучении. Онлайн-среда, представляя собой информативно-насыщенное поле для получения эмпирических данных социологом, одновременно содержит в себе и новые средства их получения. Интенсивно начали разрабатываться новые онлайн-методики, которые поначалу представляли собой адаптацию традиционных количественных методик под новую среду. В силу того что количественные методы не способны ответить на все поставленные исследователями задачи, под среду новых медиа стали адаптироваться также качественные методики и стратегии исследовательского поиска. В данной статье содержится описание особенностей относительно новой разновидности этнографической стратегии социологического исследования - нетнографии, новых возможностей для изучения глубинных смыслов, представлений, норм и правил, регулирующих деятельность различных сообществ в онлайн-среде, мотивов принятия тех или иных решений, которые она предоставляет исследователю.

Термин "netnography" ("net" - сеть и "ethnography" - этнография) был закреплен в научном обороте доктором Робертом В. Козинцом¹, хотя в рамках этой стратегии исследования проводились на Западе начиная с середины 90-х гг. прошлого века. Изучались стратегии самопрезентации в сети, отношение видеогеймеров к позиционированию и рекламе бренда, глобальная этика и восприятие нелегального обмена файлами в сети, покупательская активность и многие другие аспекты².

В последних своих работах Роберт Козинец так определяет нетнографию: это изучение новых онлайн-культур и сообществ; понимание того, что люди на самом деле делали или думали в прошлом (о прошлом); детальное изучение структуры отношений в изучаемом сообществе-

ве; получение представления о явлении с точки зрения других людей; демонстрация полного, детального изучения феномена, культуры или сообщества³. "Суть современной нетнографии можно охарактеризовать следующим образом: это специфический набор связанных между собой исследовательских практик по сбору данных, их анализу и представлению, а также этических норм проведения подобного рода исследования"⁴. Исследователь предлагает разделять понятия онлайн-этнографии и нетнографии: "Онлайн-этнография - это широкая категория, которая включает в себя широкий спектр различных исследовательских практик. Существует множество видов онлайн-этнографий, включая даже те, что заявляют о себе как об этнографии, хотя не включают в себя участвующее наблюдение, которое обычно считается критерием этнографии. Нетнография же - это специфический вид онлайн-этнографии. Она требует участия через вовлечение исследователя и диалог, который обычно должен быть персонифицированным... Исследователи, считающие, что они могут, лишь проанализировав цифровые данные, имеющиеся в сети, не имея голосового контакта с людьми, ни разу не пообщавшись с человеком, называть такое исследование цифровой этнографией, виртуальной этнографией, допускают большую ошибку. Этнография без взаимодействия, без коммуникации как хлеб без дрожжей... Тем не менее нетнография, конечно же, не может быть осуществлена только на базе личных интервью"⁵.

Итак, нетнография, являясь разновидностью этнографической стратегии качественного социологического исследования, фокусируется на изучении повседневной жизни и культуры сообществ, организаций, локальностей, на существующих и коммуницирующих в среде новых медиа. Основная задача исследователя здесь так же, как и в классической этнографии, - приблизиться в своем исследовании к Другому и понять его; войти в "чужой" мир и разделить с другими людьми опыт их повседневной жизни, узнать ее смыслы и интерпретации⁶. "Гуманизм, внимание к деталям и контекстам историй людей, к их социальным представлениям, к процессу использования ими технологий - вот критерии подлинной нетнографии. Именно они отличают этнографии от неэтнографий", - пишет Р. Козинец⁷.

В рамках данной исследовательской стратегии используются различные методы сбора информации: включенное наблюдение, глубинное интервью, фотографирование (видеосъемка), сбор и анализ документов, интроспекция (саморефлексия). Интересным является подход Е. Полухиной, в рамках которого отождествляются онлайн-наблюдение и нетнография, взятые в широкой трактовке исследовательской стратегии⁸. Но на наш взгляд, все-таки более точным будет определять нетнографию как разновидность этнографической стратегии, в рамках которой применяется онлайн-наблюдение как метод исследования наряду с другими методами. Да, наблюдение является базой этнографии, но не исчерпывает ее значение полностью, как бы широко оно ни трактовалось.

На современном этапе Р. Козинец выделяет четыре типа нетнографии:

1) аналитическая нетнография, которая занимается выявлением и объяснением значений систем и практик, связанных с определенными группами;

2) автонетнография, которая основана на внутреннем феноменологическом опыте исследователя, полученном им во время проведения ис-

следования с помощью аналитической нетнографии. Здесь речь идет о том, что социолог должен уметь не только отстраненно наблюдать изучаемое сообщество, но и должен иметь свой социальный опыт, который поможет ему правильно проанализировать полученные данные. "Очень часто эти данные не могут быть отделены от исследователя, в социологии это и называют автоэтнографией"⁹. Этот вид нетнографии нашел свое широкое применение в маркетинговой сфере. Суть его в том, что потребитель одновременно является и объектом изучения, и его субъектом. То есть самостоятельно ведет самонаблюдение и фиксирует свои рефлексии. Онлайн-среда позволяет добавлять к текстам фото-, видеоматериалы, что делает тексты более яркими и насыщенными информацией;

3) цифровая (digital) нетнография, объединяющая все методы анализа данных, включая программное обеспечение для распознавания слов и языков, для подсчета и представления социальных связей, на базе человеческого понимания и осмысления. Человеческая интерпретация имеет приоритет над всеми формами механического понимания. Она учитывает контекст при анализе данных в цифровой нетнографии;

4) гуманистическая нетнография - нетнография, сфокусированная на социальных и индивидуальных случаях. Она ищет пути совершенствования личности и социума и нацелена на публичную доступность, активизм и действие.

Разделение между указанными типами, конечно же, условно. Это идеальные типы, в реальности же, как правило, нетнография несет в себе черты нескольких из них¹⁰.

В целом, нетнография, применяемая в онлайн-среде, базируется на тех же принципах, что и этнография:

1) исследование проводится на микроуровне;

2) объект исследования изучается в его естественной среде максимально нереактивными методами, не нарушающими эту "естественность" (участвующее (включенное) наблюдение, неформальная беседа, глубинное интервью, фото, видеосъемка, сбор и анализ документов, интроспекция);

3) объект рассматривается как "неизвестный" и "непонятный", здесь требуется показать определенное сообщество "глазами чужого", понять его культуру, традиции, смыслы повседневной жизни;

4) производится детальное изучение объекта, рекомендуется собирать разнообразные данные, учитывая их взаимосвязь, комплексное изучение объекта;

5) исследование характеризуется открытостью и гибкостью, отказом от жестких установок, гипотез, схем и логик;

6) исследователь лично вовлечен в процесс;

7) высоки требования к личности исследователя: широко развитые коммуникативные, организаторские навыки, ответственность¹¹.

Специфика же применения нетнографической стратегии обуславливается особенностями онлайн-коммуникации, в рамках которой вышеречисленные методы сбора информации модифицируются, адаптируются под новую среду.

Р. Козинец выделяет четыре отличия онлайн-коммуникации от коммуникаций в реальной жизни: текстовые социально-бедные контексты в онлайн-среде; беспрецедентный новый уровень доступа к до сих пор ненаблюдаемой линии поведения взаимодействующих социальных групп;

сохраняемость и архивируемость воспроизводимых записей; уникальность гибридных сообществ, в которых проводятся нетнографические исследования. К ним можно еще добавить еще несколько особенностей: *взвешенность мнений* как результат наличия у автора времени на обдумывание и формулировку излагаемой мысли и *опосредованность временем* онлайн-коммуникаций, в результате чего коммуникация может прерываться и возобновляться с того места, где она была прервана без особого дискомфорта для участников.

Следующий ряд особенностей сообщений в новомедийной среде, выделенный Н.М. Хазеевой¹², обуславливает широкое применение нетнографии в сфере маркетинговых исследований, делая их для маркетолога крайне удобным объектом для анализа: поляризованность и критичность мнений потребителей; их добровольность; желание потребителей повлиять на ситуацию посредством выражения своего мнения; откровенность мнений; низкое содержание прямых оценок товара или услуги. В сети, как правило, человек высказывается о товаре или услуге либо если он крайне недоволен, либо если, наоборот, жаждет поделиться восторгом по поводу своего приобретения или опыта использования. По сути, маркетолог получает готовую селекцию впечатлений от своего товара, что, безусловно, экономит его время. Кроме того, коммуникация в среде новых медиа характеризуется возможностью хорошо обдумать и сформулировать свою точку зрения, в результате чего тексты кратки, информативны, осознанны и критически (аналитически) окрашены. Добровольность и откровенность мнений тоже ценная характеристика, которую в оффлайн-исследованиях еще нужно обеспечить. Здесь же этот результат достигается без участия исследователя. Все вышеперечисленные особенности отражаются на способе реализации этнографической стратегии в сети при помощи адаптированных под нее социологических методов и позволяют говорить о существовании такой ее разновидности, как нетнография.

Одним из наиболее распространенных объектов нетнографии становится потребительское поведение в онлайн-среде. Это обусловлено рядом преимуществ в сравнении с классической этнографией:

- не отнимает много личного времени у респондентов, так как они предоставляют свои ответы тогда, когда удобно им;

- есть возможность использовать цифровые фотографии, сделанные участниками, в сочетании с онлайн-дневниками в качественных глубинных интервью и в групповых дискуссиях;

- возможность обучить потребителей совершать ежедневные покупки, использовать одни и те же процедуры в течение длительных периодов времени (так как они будут делать это в то время, когда им удобно, и покупать в тех местах, где им ближе);

- в Интернете у респондентов полная свобода слова и самовыражения, так как они находятся в комфортной, естественной для них обстановке;

- потребители могут более тщательно продумать свой ответ и более развернуто описать ту или иную покупку;

- в этнографии нужно обязательно знать кого-то из участников общества для обеспечения эффективного "вхождения" исследователя, здесь же в этом нет необходимости.

К недостаткам этнографических процедур можно отнести ограничения из-за трудности распространения обобщений и большую роль иссле-

дователя в интерпретации данных. От него требуется не только быть отличным социологом, но и отличным психологом для того, чтобы уметь чувствовать, что именно имел в виду респондент, быть осторожнее с интерпретациями. Проблемой для исследователя является вероятность встретиться с заведомо ложными данными об участнике, которые он указал, или с заказными комментариями. Это может негативно повлиять на дальнейшую интерпретацию высказываний и не позволит сделать адекватные выводы. Тем не менее проблема идентичности пользователя не может заставить отказаться от изучения коммуникаций в онлайн-пространстве. Просто этот момент нужно учитывать при анализе собранных данных, осторожно используя крайне отличающиеся от остальных позиции и мнения в своем анализе.

Предметами анализа нетнографии также могут быть символика, значения и структура потребления сообществ людей в Интернете, которые связаны между собой общением, основанным на обмене информации о товарах и услугах.

Реализуя нетнографическую стратегию, исследователь, как правило, изучает элементы онлайн-среды неактивными методами: цифровые фотографии, описание фотографий, записи в дневниках, подсказки к действию, видеоролики. Но при необходимости может применять и реактивные методы исследования: проводит глубинные, свободные, нарративные, биографические интервью с участниками сообществ и даже так называемые "кризисные эксперименты"¹³, призванные нарушить привычный ход течения коммуникации с целью выявления структурно-образующих компонентов.

Этические аспекты нетнографии актуальны и для маркетинговых исследований. Два вопроса: что в киберпространстве можно считать за согласие принимать участие в исследовании? и какой территорией являются форумы - частной или общественной? - до сих пор являются спорными. Упомянем четыре этические процедуры, рекомендуемые Р. Козинцом. Первые три применяются и в обычной этнографии, однако они не всегда выполняются исследователями, которые используют нетнографию. Первая - исследователь должен полностью проинформировать участников сообщества о проводимом исследовании, "раскрыть себя". Вторая - обеспечение полной анонимности информантов. Третья - исследователь должен искать контакты с участниками сообщества. Четвертая, специфичная именно для нетнографии, - осторожная позиция к мнениям, которые являются радикальными и отличающимися от других кардинально. Ряд этических проблем помогает решить практика предоставления полученного результата участникам исследования с просьбой оставить какие-либо комментарии к нему. Это также позволяет исследователю получить еще более широкую информацию от респондента и сохранить возможные долгосрочные связи для дальнейших исследований.

Суммируя все вышеизложенное, можно отметить, что нетнография обладает рядом несомненных преимуществ перед традиционными исследованиями и находит широкое применение в маркетинге. Во-первых, данный подход не нарушает границ личного пространства респондентов, проводя исследования в их естественной среде. Во-вторых, предполагаемое погружение исследователя в данную среду не требует таких затрат, как в реальных этнографических исследованиях, вследствие чего данные проекты являются менее дорогостоящими. В-третьих, они менее затрат-

ны по времени. В-четвертых, направленность на понимание потребителя, его мотивов, потребностей, реакций позволяет более тонко почувствовать его, посмотреть на товар его глазами. Но наряду с этим стоит отметить и ряд проблематичных моментов этнографических исследований в Интернете. Это и трудное извлечение достоверных данных из-за узкой направленности интернет-сообществ, их неспособности предложить полную и богатую детализацию жизненного опыта человека, и проблема идентификации пользователя, и проблема переноса обобщений. Тем не менее нетнография имеет большой методологический потенциал и позволяет успешно решать исследовательские задачи, а адаптация методов социологического исследования, используемых в рамках нетнографии, под коммуникативное пространство Интернет позволяет в определенной степени нивелировать указанные ограничения.

¹ *Kozinets R.* The field behind the screen: Using netnography for marketing research in online communities // *Journal of Marketing Research*. 2002. № 39 (1). P. 61.

² *Kozinets R.V.* The Field Behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities // *Journal of Marketing Research*. 2002. № 39 (February). P. 62.

³ *Kozinets R.V.* Netnography: Doing Ethnographic Research Online. London, 2010. P. 211.

⁴ *Kozinets R.V.* Netnography: Redefined, London, 2015. P. 79.

⁵ *Kozinets R.V.* Netnography: Understanding Networked Communication Society // Chapter for The SAGE Handbook of Social Media Research Methods Edited by Anabel Quan-Haase and Luke Sloan. 2015. P. 5, 8.

⁶ *Крупец Я.Н.* Этнографическая стратегия (тип) качественного социологического исследования // Процедуры и методы социологического исследования : практикум. Кн. 2. Качественное социологическое исследование : учеб. пособие / под ред. А.С. Готлиб. Самара, 2014. С. 202.

⁷ *Kozinets R.V.* Netnography: Understanding Networked Communication Society // Chapter for The SAGE Handbook of Social Media Research Methods / ed. by Anabel Quan-Haase and Luke Sloan. 2015. P. 4.

⁸ *Полухина Е.* Онлайн-наблюдение как метод сбора данных // *INTER*. 2014. № 7. С. 100.

⁹ *Hammersley M., Atkinson P.* Ethnography. Principles in Practice. Second ed. London, 1995. P. 33.

¹⁰ *Kozinets R.V.* Netnography: Understanding Networked... P. 20.

¹¹ *Крупец Я.Н.* Указ. соч. С. 202-203.

¹² *Хазеева Н.М.* Социальные медиа: Vox Populi или специфика нового канала изучения мнения потребителей // *Онлайн-исследования в России 3.0* / под ред. А.В. Шашкина, И.Ф. Девятко, С.Г. Давыдова. Москва, 2012. С. 139-149.

¹³ *Батаева Е.В.* Этнометодологический анализ онлайн-коммуникаций: кризисный эксперимент в чатах // *Социс*. 2011. № 12. С. 88-98.

Поступила в редакцию 20.02.2015 г.

МОЛОДЫЕ СПЕЦИАЛИСТЫ НА СОВРЕМЕННОМ ПРОИЗВОДСТВЕ: ПРОБЛЕМЫ АДАПТАЦИИ

© 2015 Авдошина Наталья Владимировна
кандидат социологических наук, доцент
Самарский государственный университет
443011 г. Самара, ул. Академика Павлова, д. 1
E-mail: natal_sun@yandex.ru

Анализируется проблема дефицита кадров молодых специалистов на современных производственных предприятиях. В качестве одной из главных причин рассматриваются проблемы адаптации молодых специалистов. Приводятся результаты прикладного социологического исследования, осуществленного на промышленных предприятиях Самарской области.

Ключевые слова: молодые специалисты, промышленность, адаптация молодых специалистов, дефицит кадров.

Новый этап в развитии отечественной экономики, обусловленный объективной необходимостью "слезть с нефтяной иглы"¹ и развивать собственное высокотехнологичное и инновационное производство, сталкивается с серьезной проблемой, актуальной для российских обрабатывающих производств на протяжении последних двух десятилетий. Это проблема дефицита высококвалифицированных кадров как рабочих, так и инженерных профессий, способных эффективно работать в условиях проводимой модернизации. Следует отметить, что в последние годы решению данной проблемы уделяется особое внимание как на государственном, так и на региональном уровне, а также на уровне отдельных предприятий. На уровне ряда регионов и предприятий разрабатываются социальные программы по омоложению персонала и социальной поддержке молодых специалистов. В рамках международного движения World Skills International, существующего с 1946 г., в России с 2013 г. также стали проводиться чемпионаты рабочих специальностей среди молодежи, поддерживаемые сотнями крупнейших предприятий и госкорпораций. Все эти меры направлены как на повышение имиджа производственных профессий, так и на материальную и социальную поддержку молодых специалистов, что в конечном счете должно обеспечить приток молодежи, ее успешную адаптацию и закрепление на производстве.

Однако, как показало социологическое исследование, проведенное во втором полугодии 2014 г. НИИ социальных технологий Самарского университета с целью изучения ситуации с обеспечением кадрами предприятий обрабатывающих производств Самарской области, в решении этих задач имеются существенные проблемы. Исследование было проведено на шести предприятиях аэрокосмического кластера, являющегося одним из приоритетных направлений в развитии экономики региона.

Как показали результаты исследования, все предпринимаемые меры позволяют заполнить лишь до 75 % вакантных рабочих мест. Четвертая часть рабочих мест остается незаполненной. Дефицит работников сохраняется. Это связано с тем, что количество молодежи, поступающей на предприятия, меньше необходимого, при этом часть молодежи, как пра-

вило весьма существенная, увольняется. Вследствие этого, согласно данным Самарастата, на предприятиях обрабатывающих производств Самарской области количество вакансий в 3,5 раза превосходит число соискателей².

На всех обследованных предприятиях возрастная структура свидетельствует о старении персонала. Старшая возрастная группа работников (старше 50 лет) составляет на разных предприятиях от 50 до 65 %, в то время как доля молодежи (до 30 лет) в среднем не превышает 15 %. Хорошо известно, что оптимальная возрастная структура организации представляет собой равное соотношение трех возрастных групп работников: молодежи (до 30 лет), основной трудоспособной группы (31-50 лет) и старшей (предпенсионной и пенсионной) возрастной группы (50 лет и старше). Такая структура обеспечивает полную замену одной возрастной группы работников следующей по достижении ими соответствующего возраста и предохраняет организацию от старения персонала. Но такой структуры нет ни на одном из обследованных предприятий. Это объясняется тем, что, согласно данным отделов кадров, от 30 до 50 % молодых специалистов увольняются с предприятий в течение первого же года работы, причем, главным образом, вследствие низкой оплаты труда.

Однако не только оплата труда является причиной высокой текучести кадров на производстве среди молодых специалистов. Причины кроются в проблемах адаптации молодежи в производственных организациях.

Как известно, адаптация в производственной организации представляет собой процесс включения индивидом в условия трудовой деятельности принятых в данной организации норм и правил, освоения практик трудовых отношений³. Структура производственной адаптации содержит следующие компоненты.

Профессиональная адаптация - процесс освоения работником норм профессиональной деятельности. Уровень профессиональной адаптированности проявляется в степени сформированности профессиональных навыков и умений, положительного отношения к профессии.

Социально-психологическая адаптация - процесс включения работника в жизнедеятельность новых для него первичного (звено, бригада, участок), вторичного (цех) и основного (предприятие) коллективов, освоение социальных норм, традиций, характера взаимоотношений. Показателями социально-психологической адаптированности являются уровень удовлетворенности отношениями в коллективе, эмоциональное самочувствие, уровень идентификации с работниками.

Психофизиологическая адаптация - процесс психологического и поведенческого освоения организационно-технических и санитарно-гигиенических условий, в которых осуществляется данная трудовая деятельность. Показателями психофизиологической адаптации являются уровень удовлетворенности условиями труда, оценка физического самочувствия.

Мера успешности процесса адаптации, его результативность определяются состоянием "адаптированности", которое в социологических исследованиях эмпирически интерпретируется рядом признаков: нормативная производительность труда и соблюдение требований качества, достаточно высокая удовлетворенность работой, профессией, коллективом, стабильность, отсутствие признаков потенциальной текучести, тенденция к профессиональному росту, включенность в организацию. Счи-

тается, что длительность процесса адаптации в конкретной организации, на конкретном предприятии составляет около трех лет.

Как показали данные опроса, на половине обследованных предприятий существуют комплексные системы адаптации, на остальных - отдельные элементы таких систем.

На предприятиях, где функционируют комплексные системы адаптации молодых работников, существует соответствующее положение, предусматривающее, прежде всего, закрепление за ними наставников (на полгода или один год), которые не только помогают осваиваться на рабочем месте, но и знакомят с предприятием и коллективом. На некоторых предприятиях составляется план адаптации молодого специалиста на каждый месяц и ежемесячно заслушивается отчет о его выполнении. По завершении первого полугодия, а затем года адаптации молодому специалисту выплачивается дополнительно по окладу. Наставник в течение года курирует молодого специалиста, помогает ему, за что получает 10 % от оклада. Для молодых рабочих, пришедших на предприятие с определенной квалификацией, но без первичного опыта работы, устанавливаются доплаты, доводящие уровень их заработной платы до 15 000-19 000 руб. Через год работник проходит аттестацию на повышение квалификации, что влечет за собой и повышение зарплаты.

Система адаптации предполагает дальнейшее профессиональное обучение и продвижение молодых специалистов. Например, молодые специалисты с начальным и средним профессиональным образованием могут получить от предприятия направление на обучение в вузе, при этом они будут оплачивать половину его стоимости, а вторую половину оплачивает предприятие.

Помимо стимулирования повышения уровня профессионального образования на части предприятий разработана система социальной поддержки молодых работников, отличившихся особыми достижениями в трудовой деятельности. Ежеквартально на заседании комиссии по кадровой политике по ходатайству руководителей подразделений рассматриваются кандидаты на награждение премией за инновационные идеи, новые внедрения, высокое качество освоения нового оборудования и т.д.

На предприятиях функционируют советы молодежи как основной механизм реализации общественно-полезных инициатив, направленных на развитие корпоративной культуры, внедрение новых технологических решений на производстве, а также мероприятий, направленных на становление у работников активной жизненной позиции и желания связывать личные перспективы развития со стратегией предприятия. Советы молодежи иницируют и проводят различные спортивные, культмассовые и патриотические мероприятия для молодых работников.

Срок адаптации молодых работников на предприятии, как правило, один год. В интервью молодые специалисты давали высокие оценки отношению к ним со стороны руководства и коллектива. Они говорили о том, что на предприятиях их встречают очень доброжелательно, всегда готовы оказать им помощь и делом, и советом. Большая часть опрошенных молодых специалистов не планируют увольняться со своих предприятий. Однако другая часть все же не намерена оставаться долго. Эти специалисты называли две причины.

Первая - недостаточный уровень заработной платы по ряду специальностей, за которые на предприятиях других обрабатывающих произ-

водств платят значительно больше. По данным Самарастата, среднемесячная начисленная заработная плата работников крупных и средних предприятий Самарской области, относящихся к обследованному виду деятельности, на 1 октября 2014 г. составляла 30 091 руб.⁴ Данная величина указана без учета выплаты налогов. В процессе же опроса респонденты - молодые специалисты обследованных предприятий указывали сумму, которую они получают "на руки". Результаты опроса свидетельствуют о том, что молодые работники получают зарплату, равную примерно двум третям от этой величины:

Категория молодых специалистов	Средняя зарплата, руб.
Рабочие	20 107
ИТР	21 438
В среднем по массиву	20 968

Заметим, что квалификационные категории работников несущественно различаются по уровню средней заработной платы: начинающие рабочие получают зарплату на 1331 руб. меньше, чем инженерно-технические специалисты, т.е. разница в заработках составляет 6 %. (Таким образом, "рыночная цена" инженера - специалиста, окончившего университет, оказывается всего на 6 % выше оплаты труда рабочего). Поэтому, как только заработная плата молодых специалистов становится существенно ниже средней по региону, они увольняются в поисках более достойной оплаты труда.

Вторая причина высокой текучести кадров среди молодых специалистов относится к тем предприятиям, где руководящие должности занимают относительно молодые работники, что закрывает возможности карьерного роста внутри организации для вновь поступающих специалистов. Как показали данные опроса, почти четверть молодых специалистов не удовлетворены возможностями своего профессионального продвижения. В этих условиях они не уверены в своем будущем на таком предприятии, у них нет плана профессионального продвижения, и они придумывают свой план, основанный на увольнении с этого предприятия и трудоустройстве в другом месте. При этом следует отметить, что удовлетворенность возможностями своего дальнейшего профессионального роста на предприятии существенно влияет на удовлетворенность молодых специалистов своей работой в целом. Более 90 % респондентов, удовлетворенных возможностями профессионального роста, удовлетворены своей работой; 2/3 (66,6 %) респондентов, совершенно не удовлетворенных возможностями профессионального роста, не удовлетворены своей работой (см. табл. 1).

Таблица 1

Зависимость удовлетворенности работой молодых специалистов от удовлетворенности возможностями дальнейшего профессионального роста на своем предприятии, %

Своей работой в целом...	Возможностями своего дальнейшего профессионального роста...				
	Вполне удовлетворены	Скорее удовлетворены	Затруднились ответить	Скорее не удовлетворены	Совершенно не удовлетворены
Удовлетворены	97,3	92,1	79,0	71,5	16,7
Затруднились ответить	0,0	2,6	10,5	9,5	16,7
Не удовлетворены	2,7	5,3	10,5	19,0	66,6
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Более трети респондентов указали на то, что администрация предприятий не интересуется тем, как складывается их жизнь и профессиональное продвижение (см. табл. 2).

Таблица 2

Распределение ответов на вопрос: "Интересуется ли кто-либо из администрации предприятия, как складывается Ваша жизнь, работа, профессиональное продвижение на предприятии?", %

Категория молодых специалистов	Да, иногда беседуют со мной	Вначале интересовались, а теперь нет	Никто не интересуется	Итого
Рабочие	47,9	16,7	35,4	100,0
ИТР	46,5	15,5	38,0	100,0
В среднем по массиву	47,1	16,0	36,9	100,0

Как уже отмечалось, около половины молодых специалистов увольняются в течение первого года работы, т.е. в период адаптации. На взгляд исследователей, причиной этому является упрощенный подход к адаптации молодых специалистов на предприятиях. Как было сказано выше, средний срок адаптации составляет три года. Именно за данный период возможно осуществление всех компонентов адаптации - профессиональной, социально-психологической, психофизиологической. На предприятиях, как правило, отсутствует четкий перечень требований к адаптанту, включающий все эти аспекты адаптации. Требования зачастую ограничиваются способностью молодого специалиста самостоятельно справиться со своей работой. А полноценная адаптация предполагает не только освоение специальности, но и желание профессионального роста, творческое отношение к работе и т.д. Поэтому практически половина молодых специалистов, освоив специальность, увольняется, так как не произошла адаптация во всех ее формах.

Повысить эффективность адаптации можно с помощью разработки индивидуального плана адаптации и профессионального продвижения каждого молодого специалиста на предприятии, включающего не только производственные показатели, но и учебные, общественные и т. д. Такой план предполагает наличие обязательств как адаптанта по отношению к предприятию, так и руководства предприятия по отношению к молодому специалисту и подписывается обеими сторонами. Если через три года адаптации у молодого специалиста не будет достойной зарплаты, нормальных бытовых условий, участия в общественно-полезной деятельности, то он не станет стабильным работником и покинет предприятие в поисках лучшего рабочего места. И никто в этих условиях, кроме самих промышленных предприятий, не заинтересован в том, чтобы способствовать эффективной адаптации молодых специалистов.

¹ Волков Ю.Г. Креативное общество как цель российской модернизации // Социологические исследования. 2011. № 11. С. 25-32.

² Рынок труда (данные Самарского статистического ежегодника). URL: <http://samarastat.gks.ru>.

³ Социология труда: теоретико-прикладной толковый словарь / отв. ред. В.А. Ядов. Санкт-Петербург, 2006.

⁴ Предприятия и организации (данные Самарского статистического ежегодника). URL: <http://samarastat.gks.ru>.

Поступила в редакцию 02.03.2015 г.

РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ГАДЖЕТОВ В СОЦИАЛИЗАЦИИ ДЕТЕЙ

© 2015 Митрофанова Светлана Юрьевна
кандидат социологических наук, доцент
Самарский государственный аэрокосмический университет
им. академика С.П. Королева
(национальный исследовательский университет)
443086, г. Самара, Московское шоссе, д. 34
Самарский государственный технический университет
443100, г. Самара, ул. Молодогвардейская, д. 244
© 2015 Штифанова Евгения Алексеевна
Челябинский институт переподготовки
и повышения квалификации работников образования
454091, г. Челябинск, Красноармейская ул., д. 88
E-mail: mit_s@mail.ru, evgeniap811@gmail.com

Показано, как "участвующий" подход в исследовании детей вписан в основные положения новой социологии детства, особое внимание уделяется методике "участвующего" анализа фотографий, указаны ее достоинства и недостатки в отношении использования детьми. Представлены результаты авторского исследования роли информационных технологий и гаджетов в социализации детей начального школьного возраста в малом городе с помощью данной методики и метода фокусированного группового интервью с родителями детей.

Ключевые слова: "участвующий" подход, новая социология детства, "участвующий" анализ фотографий.

Научная перспектива, в рамках которой исследователи определяют детство, влияет на то, какие методологические основания, методики и техники они применяют в исследовании детей. Современные трактовки детства исходят из признания детей активными, важными участниками социальной жизни. Хайнц Зюнкер и Дорис Бюлер-Нидербергер отмечают, что новый подход к детству появился уже в социологических дискуссиях в 1970-х и 1980-х гг., когда происходит поворот от исследований социализации, игнорирующих компетентность детей в качестве участников социального действия, к признанию их таковыми¹. D. Cojocaru² ссылается на идеи W.A. Corsaro³ об интерпретативном подходе к социализации, обозначенном как интерпретативное воспроизводство, согласно которому социализация - это репродуктивный и интерпретативный процесс, где каждый ребенок не просто ассимилирует взрослую внешнюю культуру, но делает вклад в ее воспроизводство через обсуждение со взрослым и через креативную культуру производства с другими группами детей. Свое оформление этот подход получает в социологии детства в конце XX в. Его основу составляют три положения, которые сформулировали в конце 90-х гг. XX в. в работах Allison James and Alan Prout⁴. В кратком виде они суммированы Daniela Cojocaru⁵. 1. Детство - это социальный конструкт, структурный и культурный компонент множества обществ, отличающийся от биологического состояния незрелости. 2. Дети рассматриваются как активные социальные агенты в обществах, в ко-

торых они живут, поскольку они моделируют структуры и процессы, которые вокруг них, в их собственной жизни и в жизни людей, окружающих их. 3. Детские социальные отношения и культуру необходимо изучать через самих детей и для них, несмотря на точку зрения и озабоченность взрослых.

В отечественной социологии детства данная позиция на детство наиболее отчетливо представлена в работах С.Н. Майоровой-Щегловой⁶. В целом соглашаясь с положениями, разрабатываемыми в рамках новой социологии детства, отметим, что наиболее яркое воплощение они находят в рамках участвующего подхода, признающего видимость детства, значимость голосов самих детей, признание ребенка как участника или даже как соисследователя. Участвующая перспектива отвечает требованиям современной демократии, собственных прав ребенка, идее самоценности повседневных практик детей. Этот подход воодушевляет принципом утверждения участия ребенка в его/ее собственной жизни, в принятии решений, касающихся его/ее, свободного выражения им/ею мнения и идеей необходимости консультаций самих детей, когда принимаются решения, касающиеся его/ее жизни. Участвующий подход основан на правах детей, на понимании того, что дети исходят из своих интересов в своих отношениях со взрослыми, они способны понимать, где они живут, каковы их потребности и каковы возможные решения их проблем⁷. Изучать их правомерно именно с этих позиций. Участвующая методология работает на обеспечение более тонких нюансов в понимании такого сложного социального явления, как детство, благодаря признанию детей "экспертами" своей собственной жизни. Детей необходимо исследовать для них самих, и в их интересах, а не просто с целью понимания взрослыми детского сообщества. Для этого на уровне исследования предполагается использование так называемых дружественных по отношению к детям методов исследования, которые находят наибольшее развитие в участвующей перспективе исследования детства.

Недостаточно просто переопределить позицию детства не как объектную, а как субъектную, важно вовлекать детей как реальных участников в исследовательский процесс, и некоторые авторы утверждают, что вовлекать даже в качестве исследователей-аналитиков. В частности, этот вопрос освещается в статье четырех авторов, трем из которых по десять лет: Mary Kellett; Ruth Forrest (десять лет); Naomi Dent (десять лет) and Simon Ward (десять лет). В работе обсуждаются инициатива участия группы десятилетних детей как исследователей и барьеры, вытекающие из этой инициативы⁸. В отечественной литературе также представлены работы, авторы которых школьники, в частности, по итогам конференций различного уровня, как правило, издаются сборники с результатами авторских исследований по разным темам, которые провели сами дети под научным руководством преподавателя, однако вопросам рефлексии участия детей в таких исследованиях внимания не уделяется.

В целом, положения, которые развиваются в участвующей социологии детства, безусловно, воодушевляют исследователей. Использование "дружественных" детям подходов в исследовании оправданно, делает его наиболее подходящими и приносящими удовольствие самим детям. Lesley-Anne Gallacher и Michael Gallagher приводят примеры техник исследования, отвечающих условиям участвующего подхода в новой социологии детства, которые бы отражали "сотни языков детства". Это карто-

вание, экскурсии, организуемые и проводимые самими детьми, ролевые игры. Авторы отмечают, что многие исследователи используют такую популярную технику как инициирование детей на фотографирование чего-либо, или более сложные, такие как создание коллажей, рассказывание историй, печатная журналистика и электронные публикации, радио продукция, драма, кукольный театр, музыка и танцы. С детьми школьного возраста часто используются техники, основанные на их навыках письма, включая рабочие листы, дневники, письменный рассказ, "spider diagrams"⁹ (методика "человек-паук").

В контексте методов участвующей социологии детства особого внимания, на наш взгляд, заслуживают работы S. Punch¹⁰. Рассматривая вопросы отличия исследования детей от исследования взрослых, автор поднимает, в числе прочих, проблему достоверности / лжи, проблему языка в исследованиях детства, и особое внимание уделяется описанию методик и техник, "дружественных" в отношении детей. Автор использовала ряд "участвующих" методик, в том числе "участвующий" анализ фотографий, при исследовании детей в достаточно закрытых в плане мобильности и технологий сообществах в государстве центральной части Южной Америки - Боливии. S. Punch отмечает ряд преимуществ этой техники. Детям, как правило, доставляет огромное удовольствие сделать фотографии, это способ их самовыражения, они могут удалить те фотографии, которые им не понравятся. Зачастую, это что-то новое для них и отличающееся от тех заданий, которые им обычно дают взрослые. Фотографическая техника не требует ряда навыков, необходимых при использовании традиционных техник, например, рисования или написания сочинений, и имеющих ассоциацию с оценками школьных учителей за эти виды деятельности.

Огромную популярность приобретает использование "участвующего" анализа фотографий в отечественных исследованиях. Однако в данном случае мы говорим не вообще об участвующем анализе фотографий, а об использовании этого метода в отношении детей, в исследовании роли информационных технологий (далее ИТ) и гаджетов в социализации детей начального школьного возраста в малом городе. В нашем исследовании детям предлагалось сфотографировать конкретные ИТ и гаджеты, которыми они пользуются. При этом мы объяснили ребятам, что такое ИТ, и привели примеры. Затем была составлена презентация из фотографий, сделанных детьми. В дальнейшем, работая с этой презентацией, дети рассказывали каждый про свои фотографии: давали интерпретацию, объясняли, что они хотели показать на той или иной фотографии и при каких условиях она была сделана (когда и где). Также мы использовали метод фокус-группы с родителями детей, на них обсуждались вопросы, относящиеся к роли ИТ и гаджетов в социализации их детей. В процессе фокус-группы родителям было предложено просмотреть презентацию с фотографиями и интерпретацией детей. Исследование выполнено в рамках качественной парадигмы социологии.

В содержательном плане в изучении роли ИТ и гаджетов в социализации детей для нас особый интерес представляют работы С.Н. Майоровой-Щегловой, в которых представлена концепция информационной безопасности детства¹¹.

Свое внимание мы обратили на исследование детей из малых городов, поскольку жизнь в малых городах отличается от жизни детей больших городов и мегаполисов. Обуславливается это различными фактора-

ми, например, такими, как: культурная жизнь, социально-психологическая обстановка, специфика трудовой деятельности взрослых. На наш взгляд, справедливо будет сказать, что в малых городах дети особенно подвержены влиянию ИТ и гаджетов. Связано это в первую очередь с тем, что культурная жизнь, как правило, в таких городах представлена скупо. Социально-психологическая обстановка в малых городах во многом схожа с условиями проживания в сельской местности - сильный социальный контроль, элементы традиционной соседской общины, почти полная невозможность анонимного существования человека и т. д. В малых городах, как правило, трудовая деятельность весьма ограничена: отсутствует многообразие профессий, а основными работодателями в большинстве случаев являются градообразующие предприятия и заводы, на которых рабочие трудятся по сменам. Все эти факторы определяют специфику контроля родителей над детьми, их свободным временем, особенности социализации детей в малом городе.

В рамках нашей работы наибольший исследовательский интерес представляет выявление роли ИТ и гаджетов в социализации детей начального школьного возраста на примере малого города Медногорск Оренбургской области. Мы посетили три класса начальной школы МБОУ СОШ № 2: 1 "а", 2 "б", 3 "а" во время классного часа. Всего 52 учащихся начальной школы приняли участие в исследовании (15, 17 и 20 детей, соответственно) и 27 родителей (8, 10 и 9 чел., соответственно).

Проанализировав фотографии на предмет разнообразия видов ИТ, мы пришли к выводу, что основные виды ИТ, а также гаджетов, которые используют дети, это:

1. Терминалы. Компьютеры, телефоны, планшеты, а также игровые приставки, консоли, фотоаппараты.

2. Сети. Интернет - самый распространенный вид ИТ типа "Сеть". Следует отметить, что использование сетей подразумевает обязательное использование терминалов. При этом использование терминалов не всегда подразумевает использование сети.

На основании выявленных видов нами было выделено два типа информантов:

- дети, использующие только терминалы (компьютер, планшет, телефон, игровые приставки, музыкальный плеер, фотоаппарат);
- дети, использующие сети (прежде всего, Интернет) совместно с терминалами.

Отметим, что первоклассники и второклассники в основном указывают только терминалы. А третьеклассники относятся к группе детей, которые называют сети совместно с терминалами. Подчеркнем, что учащиеся всех классов указывали компьютер, кроме того, учащиеся первых и вторых классов представили фотографии планшетов и мобильных телефонов, а среди третьеклассников появился такой вид гаджетов, как игровые приставки и консоли, что говорит о разнообразии используемых терминалов.

В своем исследовании мы изучали опыт использования детьми ИТ и гаджетов. В каждом классе нам удалось выявить три типа пользователей информационными технологиями и гаджетами:

- неопытный пользователь;
- начинающий пользователь;
- опытный пользователь.

Мы можем сказать, что для детей начального школьного возраста на сегодняшний день ИТ являются обязательной составляющей его жизни. Каждый ребенок использует ИТ, умеет в них разбираться, независимо от того, часто он ими пользуется или же редко. Вместе с тем по результатам фокус-группы можно сделать вывод о том, что большинство родителей первоклассников считают своих детей неопытными пользователями ИТ. Многие родители уверены, что их дети не умеют в совершенстве использовать даже игры, и связывают это с тем, что они стараются контролировать процесс нахождения за компьютером и ограничивать время доступа своих детей в Интернет. Во втором классе мы отметили особенность: многие дети (9 чел. из 17) делали селфи. Причем это были фотографии не только на телефон или в зеркало с фотоаппаратом, некоторые фотографировали себя на вытянутой руке на фоне ИТ. Один мальчик сфотографировал себя на веб-камеру, которая передавала его изображение на компьютере, и все это вместе отображено на фото. Сказанное свидетельствует: большинство детей уже знают, что такое селфи, и используют эту технику фотографирования не только для выполнения предложенного нами задания, но и с другими целями. Так, учащиеся говорили, что выкладывают эти фотографии в Интернет. Таким образом, дети следят за информационной модой, которая в последнее время славится фотоснимками селфи.

Еще одной немаловажной составляющей анализа фотографий стал тот факт, что у некоторых детей есть свои странички "ВКонтакте", хотя в этой социальной сети присутствует ограничение по возрасту, которое гласит, что зарегистрироваться в ней может только человек в возрасте от 14 лет. Отличительной особенностью третьеклассников от других классов является тот факт, что 12 чел. из 20 изобразили на фотографии социальные сети, в которых они "сидят", используя разные ИТ: компьютеры, планшеты, телефоны. Особо часто на фотографиях была зафиксирована социальная сеть "ВКонтакте", на этих фото дети отобрали не просто свою страничку, но и то, чем они пользуются в социальной сети. Кроме социальной сети третьеклассники показали нам на фотографии своей странички в Instagram. Следует отметить, что использование социальных сетей подразумевает особые навыки, например, для того, чтобы зарегистрироваться в Instagram, необходимо пройти процесс регистрации, с использованием почты, необходимо придумать себе логин, который обязательно должен состоять из английских букв. Для регистрации в сети "ВКонтакте" требуется подтверждение через номер телефона. При этом ни один ребенок из третьего класса не указал, что его зарегистрировал кто-то из взрослых, некоторые сами указали, что самостоятельно прошли процесс регистрации. Интересным фактом, по нашему мнению, является и то, что некоторые ученики говорили о том, что умеют пользоваться своими телефонами лучше, чем их родители или родные.

Проанализировав фотографии и интерпретации детей, а также мнения родителей по вопросам, связанным с опытом использования ИТ и гаджетов, мы пришли к выводу о том, что существует некая динамика в их использовании, зависящая от возраста детей. Чем старше становятся дети, тем больше и разнообразней у них опыт использования ИТ. Если в первом классе дети в большинстве своем относятся к начинающим пользователям, то во втором классе большая половина класса уже являлась опытными пользователями, а в третьем классе всех детей без исключения можно назвать опытными пользователями.

Отметим виды деятельности, при которых дети используют ИТ. В первом классе основной вид деятельности, в рамках которого дети используют ИТ, - это развлечения. Дети играют в игры на компьютере, планшете или телефоне. Во втором классе дети используют ИТ не только для игр, но и для развития своих творческих способностей (использование фотоаппарата), а также для общения (совместные игры друг с другом). Что касается третьего класса, то школьники в большинстве своем используют ИТ для общения друг с другом и обмена опытом (пользование социальными сетями).

В ходе эмпирического исследования перед нами стояла задача определения доступности ИТ и гаджетов для детей начального школьного возраста. Нами было выделено три вида доступности ИТ и гаджетов:

- материально-ограниченная доступность;
- ограниченная по времени доступность;
- неограниченная доступность.

Самый распространенный вид доступности у первоклассников - это ограниченная доступность по времени, когда ребенок пользуется ИТ и гаджетами в определенное время или при определенных обстоятельствах. В первом классе мы также выявили и материально-ограниченный вид доступности. Что касается второго класса, то аналогично с первым, нам удалось выявить все три вида доступности, причем самый распространенный вид доступности в этом классе - это неограниченная доступность. В третьем классе нами было выявлено только два вида доступности: неограниченная и ограниченная по времени.

Исходя из анализа интерпретации фотографий детей с первого по третий класс, нами сделан вывод о том, что ИТ и гаджеты становятся гораздо доступнее для детей второго и третьего классов начальной школы, нежели для детей первого класса. Примечательная особенность, которую нам удалось заметить, та, что с увеличением возраста детей ограничение доступности ИТ и гаджетов снижается. Причем дети младшего школьного возраста слушаются своих родителей и в большинстве своем используют ИТ или гаджеты только под контролем родителей, однако дети старших классов начальной школы используют ИТ без ведома родителей или пользуются часто с их разрешения. То есть социальный контроль в отношении использования детьми ИТ и гаджетов из внешней формы переходит во внутреннюю.

На основании выявленных типов информантов по видам ИТ и гаджетов, представленных на фотографиях детей, по опыту использования ИТ, а также доступности нами выявлено три типа информантов детей по тому значению, которое играют ИТ и гаджеты в их социализации.

Первый тип: используют только терминалы; являются начинающими пользователями, которые используют ИТ и гаджеты для игр; ограничены по времени в доступе к ИТ и гаджетам.

Второй тип: используют только терминалы; являются начинающими пользователями, которые используют ИТ и гаджеты для игр; не ограничены в доступности к ИТ и гаджетам.

Третий тип: используют сети совместно с терминалами; являются опытными пользователями, которые используют ИТ и гаджеты не только для игр, но и для общения, творческой самореализации; не ограничены в доступе к ИТ и гаджетам.

Вместе с тем данная типология не является универсальной, не претендует на всеобщность. Любая типология – упрощенный вариант реальности и оставляет за своими рамками определенные аспекты жизни людей. Однако выявленные нами типы информантов по тому значению, которое играют ИТ и гаджеты в процессе социализации, имеют место быть. Данная типология позволяет утверждать, что ИТ и гаджеты быстро входят в жизнь современных детей с самых ранних лет и играют немаловажную роль в процессе их социализации.

¹ Зюнгер Х., Бюлер-Нидербергер Д. От исследований социализации к социологии детства / пер. с англ. И. Шолохова и В. Безрогова // Развитие личности. 2003. № 4. С.69-94.

² Cojocaru D. Challenges of childhood social research// Revista de cercetare si intervenstie sociala. 2009. Vol. 26. P. 89.

³ Corsaro W.A. Interpretive reproduction in children's role play // Childhood. 1993. № 1 (2). P. 64-74.

⁴ Prout A., James A. A new paradigm for the sociology of childhood? Provenance, promise and problems // Constructing and Reconstructing Childhood. Contemporary Issues in the Sociological Study of Childhood. London, 1997. P. 7-33; *Item*. Strategies and structures: towards a new perspective on children's experiences of family life // Children in families: research and policy / Brannen J., O'Brien (coord.). London, 1996.

⁵ Cojocaru D. Op. cit. P. 89.

⁶ См.: Щеглова С.Н. Детство как социальный феномен: Концепция социального конструирования детства : дис. ... д-ра социол. наук : 22.00.04 Москва, 1999; *Ее же*. Трансформация детства в начале XXI в.: к уточнению концепции социального конструирования детства // Вестн. РГГУ. Серия: Философия. Социология. Искусствоведение. 2014. № 4 (126). С.173-183.

⁷ Cojocaru D. Op. cit. P. 92-94.

⁸ Just Teach us the Skills Please, We'll Do the Rest: Empowering Ten-Year-Olds as Researchers / M. Kellett [et al.] // Children and Society. 2004. № 18 (5). P. 329-343.

⁹ Gallacher L.-A., Gallagher M. Methodological Immaturity in Childhood Research?: Thinking through 'participatory methods' // Childhood. 2008. № 15. P. 499-516.

¹⁰ Punch S. Multiple Methods and Research Relations with Children in Rural Bolivia // Qualitative Methodologies for Geographers / M. Limb, C. Dwyer (eds). London, 2001; *Item*. Research with Children: The Same or Different from Research with Adults? // Childhood. 2002. № 9. P. 321-341.

¹¹ Майорова-Щеглова С.Н. Новые информационные технологии и молодое поколение: нет моральным паникам! // Интеллигенция в мире современных коммуникаций : сб. ст. / под общ. ред. Ж.Т. Тощенко. Москва, 2009. С. 254-259; *Ее же*. Как общество должно обеспечить информационную безопасность детей: взгляд социолога // Дети и общество: социальная реальность и новации : сб. докл. на Всерос. конф. с междунар. участием "Дети и общество: социальная реальность и новации" / ред. кол. : В.А. Мансуров (отв. ред.), А.Ю. Губанова [и др.]. Москва, 2014.

Поступила в редакцию 03.03.2015 г.

ЭКОНОМИКА ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

- *Экономическая теория*
- *Экономика и управление народным хозяйством*

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ОСНОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ФОНДОВ

© 2015 Горячев Евгений Юрьевич

© 2015 Белова Людмила Владимировна

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

443090, г. Самара, ул. Советской Армии, д. 141

E-mail: 2427994@mail.ru

Раскрывается понятие инвестиционного фонда как института экономики. Описываются различия между механистической и волюнтаривной экономикой. Даются определения понятия "стоимость" с неоклассической и институциональной точек зрения, а также подходы к его трактовке. Через риск и доходность объясняется динамика изменения фондов во времени. Делается вывод, что преобладание того или иного типа фондов как института собственности в экономике обуславливает существование различных общественных укладов.

Ключевые слова: инвестиционный фонд, институциональная экономика, право, механистическая экономика, волюнтаривная экономика, риск, доходность.

Важной составляющей современной рыночной экономики являются инвестиционные фонды. Понимание данной категории важно для познания происходящих сегодня событий и определения места института инвестиционных фондов в самой экономике.

Для начала необходимо определиться с тем, что же такое инвестиционный фонд и фонд вообще как категория. Неоклассическая экономическая школа рассматривает инвестиционный фонд как фирму, владеющую инвестиционными товарами. В неоклассической модели сравниваются издержки и выгоды фирм, т.е. решается задача максимизации прибыли владельцев капитала¹.

С другой стороны, в качестве оппозиционного учения политэкономии и экономикс, а следовательно, и неоклассической школы выступает институциональная экономика². Междисциплинарный характер институциональной экономики заключается в том, что экономика развивается под влиянием других дисциплин, она своего рода синтез экономических процессов и явлений общественной жизни, описываемых гуманитарными науками.

Основной категорией, которой оперирует институциональная экономика, является институт. Институты - это система формальных и неформальных правил, определяющих взаимоотношения людей в обществе. В свою же очередь, отношения людей, урегулированные нормами, есть право. С помощью категории права, например, рассматривал экономисту институционалист Г. Беккер.

Современная наука знает ряд применений термина "фонд": фонд как некоммерческая организация, фонд как хозяйственное общество, фонд как имущественный комплекс без образования юридического лица, фонд как краткосрочный или долгосрочный капитал - например, фонд оплаты труда или фонд национального благосостояния³.

Все указанные дефиниции отличаются друг от друга, но есть в них одно общее, что их объединяет, именно это и лежит в основе определе-

ния фонда как института. Итак, под фондом в институциональной экономике понимается право (преимущество, власть) одного субъекта (человека или нескольких людей) над всеми другими людьми. Именно в таком спектре через категорию права инвестиционные фонды рассматриваются в традиционной школе институциональной экономики, получившей широкое распространение в 20-30-е гг. XX в. Чтобы определить место фонда в экономике, необходимо рассмотреть мировую экономику в целом как универсум.

Одним из основателей традиционного, "старого" институционализма был Джон Р. Коммонс. В своей книге "Правовые основания капитализма" он отметил, что экономика бывает двух типов: механистическая и волюнтаристическая⁴. Под механистической экономикой подразумевается взаимодействие материи и энергии и ее некая упорядоченная механическими законами самоорганизация. Атомы объединяются в молекулы, молекулы в вещества, вещества в живые и неживые материальные объекты.

Механистический тип экономики появился вместе с миром задолго до появления человека и по мере своей эволюции привел на нашей планете к сегодняшнему развитому постиндустриальному обществу с изобилием благ. Такая наука экономики призвана изучать методы наиболее эффективного распределения материи (ресурсов) и ее организации для извлечения наибольшей ценности.

С появлением в мире двух и более людей (разумных существ) образуется общество и возникает волюнтаристическая экономика, т.е. экономика разделения (распределения) продуктов механистической экономики между людьми и по воле людей.

Данные два вида экономик существуют всегда параллельно друг с другом, и по объему одна всегда равна другой. С увеличением механистической (создание новых продуктов или открытие новых источников энергии) тут же расширяется и волюнтаристическая (образуются права людей на новые продукты или открытия). При этом, как указывал профессор Г.В. Семенов, право, которое изучается в науке юриспруденция является институтом экономики, ее волюнтаристической половиной⁵. Права людей могут быть вещными, обязательственными или же вообще неимущественными. Само по себе право не является отношением человека к материи, оно является отношением человека к человеку по поводу материи. Таким образом, через категорию "право", по Коммонсу, осуществляется взаимоувязка двух типов экономик.

Инструментами, закрепляющими права людей со времен первых цивилизаций, были выбраны титулы. Титул - это категория, раскрывающая статус человека, т.е. показывающая, какими правами (властью) обладает каждый отдельный индивид по отношению к другим. Материальное воплощение титула может быть различно и ограничивается изобретательностью людей. Например, одним из первых титулов было золото. Затем стали появляться документы, закрепляющие право собственности на землю, долговые расписки, ценные бумаги. Сегодня таких титулов огромное количество, к ним относятся и производные финансовые инструменты: фьючерсы, опционы, свопы.

Перейдем к широкому понятию фонда. Фонд - это любая совокупность титулов. Даже один титул можно рассматривать как фонд. Фонд - отношения людей, основанные на их воле и выражающие их власть, по поводу всей существующей в мире механистической материи. Фонд может быть оформлен совершенно разными способами: это может быть и

хозяйственное общество, и имущественный комплекс, и часть капитала, - что не меняет его экономической сути.

Итак, механистическая экономика появилась одновременно с возникновением материи, а фонды как часть волюнтаривной экономики - с появлением первых людей, и не имеет значения, в какой юридической форме они были представлены. А что же такое инвестиционный фонд и когда он появился?

Если просто фонд - это объем прав людей на окружающий их мир, которые представлены в статике, то инвестиционный фонд - это объем прав, основной целью существования которых является их же саморасширение. К. Маркс описывал это как самовозрастающую стоимость и называл капиталом.

Действительно, если рассматривать объем волюнтаривной экономики как 100 %, то у 100 % людей есть 100 % прав, или, по-другому, все права распределены между всеми людьми. Таким образом, если кто-то, используя свой капитал, создает новые материальные продукты, то автоматически приобретает и права на них. Общий объем прав остается равным 100 %, но удельная доля прав данного творческого субъекта увеличивается. Это правильное и гуманное применение инвестиционного фонда.

Но есть и другая сторона, которая выражается в оппортунистическом поведении людей. А именно, когда субъект, не создавая новой материи, перераспределяет объем прав в свою пользу, тем самым уменьшая права других. Оппортунизм в данном случае проявляется в двух видах. Первый, когда субъект безвозмездно присваивает права другого, похищая их. Такое поведение преследуется законом, и общество выработало способы защиты от него. Второй же тип оппортунистического поведения выражается в скрытом похищении прав других через рыночный механизм и заключение сделок.

Так, если на рынке один продавец заключил сделку с покупателем, то другой продавец уже не сможет продать свой продукт этому покупателю. Не найдя нового спроса на свою продукцию, он откажется от создания новых продуктов. Так, несмотря на то, что один человек создал новую материю, но тем самым лишил возможности сделать это другого, добавленная стоимость в экономике не увеличилась, а просто произошло перераспределение прав. Это также равносильно хищению, но нормы для борьбы с ним не разработаны. Даже имея антимонопольное законодательство, ограничить свободу сделок в современной рыночной экономике невозможно.

Чтобы перейти от качественного понимания теории к количественному измерению величин, которыми она оперирует, введем категорию "стоимость". Неоклассики разделяли стоимость на меновую и потребительную. При этом меновая стоимость - способность товара обмениваться на другой товар в определенных соотношениях, а потребительная стоимость - функция полезности данного товара для конкретного субъекта.

Правовая экономика, будучи одним из направлений институционализма, вводит синтез этих понятий и рассматривает стоимость как количественную величину, измеряющую объем прав (преимуществ, власти) одних субъектов относительно других субъектов⁶.

В современной деловой практике сложился и активно используется неоклассический метод измерения стоимости. Его суть заключается в

том, что расчет ведется от микроэкономических объектов к макроэкономическим. То есть путем сложения цен всех заключенных сделок выводится показатель объема всей экономики. При этом минимальный объем прав равен 1 (единице), а суммарный объем измеряется сотнями триллионов.

Такой метод расчета стоимостей получил столь широкое распространение благодаря своей простоте. Но за его легкостью скрывается большая проблема восприятия. Дело в том, что человеческое сознание стремится к систематизации и уточнению. Человек всеми силами избегает хаоса и вводит себя в заблуждение, создавая четкие рамки в своем сознании.

Так произошло и с неоклассической категорией стоимости. Если субъект владеет правами стоимостью 100 ед., то единственное достоверно можно сказать, что его право (власть) больше, чем право (власть) субъекта, который обладает правами стоимостью 90 ед. Но при этом нам ничего не известно о том, насколько велика его власть над другими вообще. Подобный взгляд общественных наук на экономические отношения разделяет единый предмет изучения на много разрозненных частей, и, хотя много удобен на практике, для научного понимания предмета правовой экономики подходит мало.

Для понимания природы фондов как совокупности прав удобнее применять институциональную (правовую) категорию стоимости. В нем расчет можно представить в обратном направлении, от макроэкономики к микро-. При этом совокупность всех прав (универсума) принимается за 1 (единицу), или 100 %. А стоимость отдельных небольших объемов прав указывается как десятичная дробь до сотен триллионных долей от единицы.

Таким образом в первом случае у бедных субъектов 1 (единица) прав, а у богатого и очень властного 1 трлн ед. Создается иллюзия бесконечности роста состояния. Во втором же методе расчета у бедного 0,0000...0001 ед. стоимости прав, а у богатого стоимость стремится к 1 (единице). Из второго метода видно, что в действительности стоимость - это объем прав (власти) одного человека над другим и что наибольший его объем равен праву на всю механистическую экономику при полном отсутствии прав у других.

Данный метод труднее применим на практике, но открывает диалектическое единство механистической и волюнтаривной экономик.

Рассмотрев инвестиционный фонд как фонд в динамике, заметим, что его объемы могут изменяться как в большую, так и в меньшую сторону. Причем объем может изменяться независимо от того, действует субъект, владеющий фондом, или бездействует. И это изменение зависит от действий всех субъектов в экономике.

Для количественного измерения изменения объема прав в фонде были введены категории риска и доходности. Доходность - это прирост объема прав у субъекта, выраженного в процентном соотношении первоначального и последующего объемов прав. Положительная доходность является желательной для субъекта, и все его действия разумно должны быть направлены на ее достижение. Отрицательная же, наоборот, нежелательна. Для измерения вероятности, с которой может быть получена отрицательная доходность, была разработана и введена категория "риск"⁷.

Традиционно понятие риска отделяет сбережения от инвестиций. Инвестиции связывают с риском и положительной доходностью, сбере-

жения - с отсутствием риска и отсутствием доходности. В нашем случае под сбережениями понимаются фонды в статике, а под инвестициями - фонды в динамике, т.е. инвестиционные фонды. А субъектов, владеющих этими фондами, называют простыми собственниками (владельцами статических прав) и инвесторами (владельцами динамических прав).

Если учесть, что и механистическая, и волюнтаристическая экономика существовала всегда, когда были люди, а фонды - это составные части волюнтаристической экономики, то вся история человеческого общества и все формации (общественные уклады) можно объяснить различным соотношением фондов (как институтов собственности) внутри общего универсума прав, равного единице.

Во многом институциональным экономистом являлся К. Маркс. Рассмотрим некоторые общественные уклады, описанные им, такие как рабовладельческая, феодальная, капиталистическая и коммунистическая формации (ее первая стадия социализм). Они имеют разную структуру фондов (институтов собственности), т.е. прав в обществе. В рабовладельческом обществе одни субъекты имели права на объекты механистической экономики, другие же вовсе не имели никаких прав и вынуждены были подчиняться воле (власти) хозяев. Вся 1 (единица) прав была распределена между узкой группой людей, внутри которой так же существовали институты рынка, инвестиций и наследства. Однако основным способом распределения прав было оппортунистическое присвоение путем отстранения огромного числа людей от продуктов механистической экономики.

При феодализме статические фонды принимают системообразующее значение. Основной упор делается на сбережения (в форме землевладения). То есть объем фондов, как правило, неизменен и передается по наследству в максимально неизменном виде. Роль рынка и инвестиций минимальна.

В капиталистической формации фонды начинают неоппортунистическое расширение. Субъекты, владеющие фондами путем принятия на себя повышенных рисков через институт ссудного процента, увеличивают свои права в волюнтаристической экономике путем расширения экономики механистической. То есть создают избыточные продукты. Фонды, направленные на создание избыточного продукта, есть инвестиционные фонды. Существование данной формации требует постоянного расширения механистической экономики для поддержания роста спроса. Если по каким-то причинам расширение невозможно, то фонды переходят к оппортунистическому поглощению друг друга и лишению широких масс людей их прав.

Коммунистическая формация (в стадии социализма) возникает, когда ключевую роль принимают институты нерыночного регулирования производственных отношений при высоком уровне разделении труда. Такой общественный уклад становится эффективным при невозможности роста механистической экономики и, как следствие, падении доходностей инвестиционных фондов. При этом так же существует рынок, наследование, инвестиции, но эти институты уже не доминируют, а их роль не является определяющей для общества.

Исторически смена данных формаций шла в определенной последовательности, но при институциональном рассмотрении они могут следовать в любом порядке, и их форма зависит только от внутренней струк-

туры составляющих их институтов. Таким образом, инвестиционные фонды как институты существовали во всех общественных укладах, но на первое место они вышли именно при капитализме.

За последние 200 лет в экономике неоднократно случались кризисы падения эффективности капитала (падения фондоотдачи), когда доходность инвестиционных фондов падала, а доходность статичных фондов сбережения становилась ниже нуля (эффект стагфляции). В каждом таком случае остро вставал вопрос о потере инвестиционными фондами своей главенствующей роли в структуре волюнтаривной экономики и об утверждении новой структуры распределения фондов как институтов собственности.

В каждый такой момент волюнтаривная рыночная экономика замирает и без открытия новых источников роста механистической экономики готовится уступить свое место любой другой формации, а инвестиционные фонды - занять свое место где-то в сторонке экономического развития, как было много раз до этого.

¹ Экономическая теория. Экспресс-курс : учеб. пособие / кол. авт. ; под ред. А.Г. Грязновой, Н.Н. Думной, А.Ю. Юданова. Москва, 2012.

² Олейник А.Н. Институциональная экономика. Москва, 2002.

³ Гражданский кодекс Российской Федерации : федер. закон от 30 нояб. 1994 г. № 51-ФЗ.

⁴ Коммонс Дж.Р. Правовые основания капитализма. Москва, 2011.

⁵ Матвеев Ю.В., Семенов Г.В. Основы экономики : учеб. пособие // Междунар. журнал экспериментального образования. 2012.

⁶ Одинцова М.И. Экономика права. Москва, 2007.

⁷ Виноградов Д.В., Дорошенко М.Е. Финансово-денежная экономика : учеб. пособие. Москва, 2009.

Поступила в редакцию 04.03.2015 г.

ПРИРОДА ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ ИНТЕРЕСОВ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ

© 2015 Суровушкин Игорь Михайлович
Самарский государственный экономический университет
443090, г. Самара, ул. Советской Армии, д. 141
E-mail: suro-igor@yandex.ru

Рассматриваются экономические и институциональные интересы банков и необходимость институционального регулирования банковской деятельности.

Ключевые слова: банки, банковский сектор, экономические интересы, институциональные интересы, частный интерес, общий интерес, институциональное регулирование.

Влияние институтов на функционирование банковского сектора было доказано рядом эмпирических исследований. Так, в исследовании Дж. Барта, Ж. Каприо и Р. Левина¹ на основе данных по примерно пятидесяти странам показано, что чем слабее правительство, тем жесткие ограничения оно накладывает на деятельность банков, однако жесткое регулирование не уменьшает вероятности возникновения банковского кризиса.

Эконометрический анализ, проведенный Х.Л. Ха², показал, взаимосвязь эффективности судебной системы и показателей уровня дохода и инфляции. Было установлено, что страны, в которых обеспечивается более качественная судебная защита, обладают большим по масштабам банковским сектором и развитым розничным кредитованием. Исследователи Л. Лаевин и Дж. Майнони³, оперируя с теми же переменными, доказали, что они являются основными детерминантами процентной маржи коммерческих банков. Это очевидно, так как развитая судебная система снижает транзакционные издержки банков, сокращая сроки принятия постановлений и создавая действенные механизмы взыскания задолженности и реализации залога, вследствие чего сокращаются кредитные риски банков и, соответственно, снижаются процентные ставки и расширяются объемы кредитования.

В настоящее время отечественные банки переживают бурный этап становления и закрепления новых формальных и неформальных институтов. Это связано с тем, что Россия, в отличие от западно-европейских стран, в которых денежно-кредитные отношения начали формироваться еще до появления рыночной экономики и промышленности, стала развивать свою денежно-кредитную систему только после периода перестройки и отхода от социализма, т.е. одновременно с переходом к рыночной экономике. В результате многим аспектам банковской деятельности необходимо институциональное наполнение.

Представители неинституционализма объясняют институты через интересы и поведение индивидов, которые их используют для координации своих действий; подразумевается, что индивиды первичны, институты вторичны. Интересы экономических субъектов играют роль катализаторов, ускоряющих процессы формирования институциональной среды. В итоге институты - это форма разрешения противоречий, возникающих между хозяйствующими субъектами вследствие разнонаправленности их экономических интересов. Неоклассическая теория рассматривает противоречия между экономическими интересами как конкурентную борьбу за доходы, вследствие

которой происходит распределение последних пропорционально вкладу в производство каждого данного фактора производства⁴. "История экономической мысли свидетельствует об основном источнике проблем, исследуемых любой научной экономической школой, - несоответствии наблюдаемого состояния развития хозяйства желаемому и возможному с позиций интересов различных экономических субъектов и их объединений"⁵.

В деятельности коммерческого банка также наблюдается противоречивость экономических интересов, которая выступает проявлением его двойственной социально-экономической природы. С одной стороны, банк - коммерческое предприятие, которое ориентировано, прежде всего, на получение прибыли. С другой стороны, банк - важнейший кредитный институт и ключевой элемент инфраструктуры финансового сектора экономики, т.е. исполняет роль важного социального института.

Частные экономические интересы банков в конечном счете направлены на получение прибыли. Ведущие интересы банков как коммерческих предприятий заключаются в обеспечении рентабельности, снижении рисков, поддержании должного уровня ликвидности и надежности, в развитии качественном (освоение новых банковских технологий, предложение клиентам более сложных видов услуг и т.д.) и количественном (расширение географических масштабов бизнеса, привлечение новых клиентов). Кроме того, экономические интересы банков направлены на увеличение собственного капитала, дифференциации его структуры, на расширение источников привлечения ресурсов.

Условием реализации частных экономических интересов банка является реализация интересов своих клиентов и общества. Общественные интересы направлены на сохранение стабильности всей банковской системы, для того чтобы она могла выполнять свои общественно значимые функции. Таким образом, в процессе своего функционирования банки, с одной стороны, формируют собственные экономические интересы, с другой - реализуют интересы государства, различных предприятий, физических лиц и других юридических лиц. При этом коммерческие банки реализуют свои интересы в качестве продавца, стремясь максимизировать прибыль, в качестве производителя - минимизировать убытки и снизить риски, в качестве собственника - увеличить дополнительный доход при приемлемом уровне издержек.

Разрешение противоречий интересов банка как коммерческого предприятия и как общественного института требует наличия третьей силы - государства. В данном случае роль государства заключается в защите интересов клиентов кредитных организаций, обеспечении правопорядка в банковской системе, в поддержании конкуренции и недопущении монополизации банковской деятельности, в содействии повышению эффективности банковской деятельности. Одним из основных вопросов дальнейшего совершенствования банковского законодательства является вопрос об оптимальном сочетании в банковском праве частных интересов банков и их клиентов и общественных интересов.

Противоречивость экономических интересов в банковском секторе экономики может дестабилизировать целостность экономической системы, и для достижения равновесия необходимо формирование институционального порядка, обеспечивающего сочетание экономических интересов. Поэтому в интересах всех участников банковской деятельности - самих банков, их клиентов, государства - требуется создание таких условий, правил и порядка, т.е. институтов, которые бы снижали неопределенность, трения и напряженность экономических отношений. Иными словами, действия экономических

субъектов в соответствии с их интересами можно разделить на две группы; к одной относятся действия, направленные на удовлетворение экономических потребностей и интересов, а ко второй - направленные на удовлетворение институциональных потребностей, координацию поведения или институциональные интересы. Для обеспечения согласования противоречивых экономических интересов необходима их институционализация⁶, т.е. формирование определенных правил поведения, ограничительных рамок действия (институтов). В связи с этим формируются институциональные интересы субъектов экономических отношений.

"Институциональный интерес - направленность действий субъектов хозяйственных отношений на формирование институтов, назначением которых является создание... среды и условий для реализации экономических интересов этих субъектов путем наложения на их действия определенных рамок (институтов), позволяющих регламентировать не столько поведение агента, сколько набор альтернатив, из которых он делает свой индивидуальный выбор"⁷. Деятельность субъектов институционального интереса "ориентирована на извлечение выгод из использования существующих правил, а также поиска и формирования набора новых правил"⁸. Предметом институционального интереса являются система институтов в обществе, его институциональная структура, совокупность целей и задач деятельности по преобразованию и сохранению институтов. "...Под институциональными интересами субъектов банковского сектора экономики будем понимать направленность их деятельности на принятие и (или) изменение существующей институциональной среды..."⁹

Применительно к банковской деятельности существует общий институциональный интерес¹⁰, состоящий в создании системы институтов, обеспечивающих институциональный порядок функционирования банковской сферы, реализующий и сочетающий экономические интересы всех ее участников. В то же время у каждого субъекта экономических отношений в банковском секторе есть частные институциональные интересы в формировании системы институтов, максимально реализующей частные экономические интересы данных субъектов, причем часто за счет ущемления интересов других.

Задача государства как выразителя общего институционального интереса путем институционального регулирования - сформировать институциональную среду, в которой реализовывался бы общий институциональный интерес. Такой институциональный порядок отвечает интересам банковского сообщества в целом, создает систему эффективных институтов и ведет к снижению транзакционных издержек.

В соответствии со своими экономическими и институциональными интересами банки могут выбрать два пути дальнейшего развития:

1) принять существующий набор ограничений (институтов) и действовать в их рамках. В этом случае действия банков будут направлены на приобретение новых навыков и знаний, позволяющих наиболее эффективно действовать в существующей институциональной среде;

2) направить свою деятельность на изменение институциональных условий.

Можно сделать вывод, что с позиций институциональной экономики банки можно рассматривать не только как объекты, но и как субъекты институциональных изменений.

Банковский сектор способен идти одновременно по двум направлениям воздействия на институциональную среду. С одной стороны, социально-

экономическая роль банковского сектора позволяет ему создавать специальные организации, способные оказывать влияние на институциональные решения. С другой стороны, банковский бизнес очень чувствителен к изменению законодательной базы и его деятельность должна быть направлена на освоение и создание условий для максимизации доходов в рамках уже существующих институциональных условий. Справедливы слова Д. Норта: "Организации с достаточным социально-политическим влиянием используют общество для достижения своих целей, когда выгода от максимизации усилий в этом направлении превышает выгоду от инвестирования ресурсов в рамках существующих ограничений"¹¹.

Система институциональных интересов в банковском секторе представляет собой сложную и противоречивую систему взаимодействия институциональных интересов банков, их клиентов, государства и других субъектов банковской деятельности.

Для соответствия институциональных интересов участников банковской деятельности общим институциональным интересам необходимо ее институциональное регулирование. Оно должно быть направлено на реализации институциональных интересов всех участников, обеспечение сочетания их интересов¹². Путем институционального регулирования должна быть создана система эффективных институтов, направляющих банковскую деятельность на развитие банковского сектора в интересах экономики страны в целом и роста благосостояния ее населения.

¹ *Barth J.R., Caprio G., Levine R.* Financial regulation and performance: cross-country evidence // Banking, financial integration, and International crises. Santiago, Chile, 2002.

² *Hoang Lan Ha.* The Effect of Judicial Efficiency on Credit Market Development. Ruhr University Bochum // IEE Working Papers. 2003. Vol. 174.

³ *Laeven L., Majnoni G.* Judicial Efficiency Lower the Cost of Credit // World Bank Policy Research Working Paper. 2003. October. (№ 3159).

⁴ *Михайлов А.М.* Экономическая природа факторов производства и доходов их собственников // Экономика и управление собственностью. 2015. № 2. С. 33.

⁵ *Наумов С.В.* Институциональная организация экономики и методологические подходы к ее исследованию // Экономический вестн. Ростовского государственного университета. 2003. Т. 1, № 2. С. 71.

⁶ *Михайлов А.М.* Реализация экономических и институциональных интересов в процессе становления инновационной экономики в России // Экономические науки. 2013. № 8. С. 39.

⁷ *Михайлов А.М.* Природа экономических и институциональных интересов // Экономические науки. 2004. № 8. С. 37.

⁸ Пионерные исследования предпринимателей как институциональных инноваторов принадлежат А. Олейнику (см.: *Олейник А.* Институциональные аспекты социально-экономических трансформаций. Москва, 2000).

⁹ *Михайлов А.М., Громадская О.С.* Содержание институциональных интересов субъектов банковской деятельности // Экономика и политика. 2014. № 2. С. 146.

¹⁰ *Konovalova M., Mikhailov A., Vishnever V.* Institutional Regulation as a Form of Institutional Interests in the Banking Sector // International Journal of Economic Perspectives. 2015. Vol. 9, Issue 2. P 23-27.

¹¹ *Норт Д.* Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. Москва, 1997.

¹² *Konovalova M., Mikhailov A., Vishnever V.* Op cit. P. 23.

АСИММЕТРИЯ ИНФОРМАЦИИ НА ВАЛЮТНОМ РЫНКЕ И ФАКТОРЫ, ОКАЗЫВАЮЩИЕ ВЛИЯНИЕ НА УРОВЕНЬ АСИММЕТРИИ ИНФОРМАЦИИ

© 2015 Золотарева Ирина Сергеевна

Самарский государственный экономический университет

443090, г. Самара, ул. Советской Армии, д. 141

E-mail: zolotareva.iren@gmail.com

Рассматривается провал рынка, при котором экономические агенты владеют асимметричной, неполной информацией. Дается краткая характеристика участников валютного рынка, определяется явление асимметрии, и исследуются основные факторы, влияющие на асимметрию информации на валютном рынке.

Ключевые слова: асимметрия информации, валютный рынок, курс валют, шумовая торговля, международные информационные агентства.

В основных фундаментальных микроэкономических исследованиях поведение агентов рынка анализируется, исходя из предположения о том, что они обладают полной информацией, необходимой для принятия ими решений. Пример полной симметричной информации - рынок совершенной конкуренции, где определяемые через взаимодействие спроса и предложения рыночные цены дают агентам рынка исчерпывающую информацию об имеющихся альтернативах, что и позволяет принимать оптимальные решения. В действительности же условия, в которых принимаются экономические решения, чрезвычайно редко соответствуют допущению о полноте и симметричности распределения информации. Напротив, общим правилом является недостаток и недоступность рыночной информации, что препятствует принятию оптимальных решений¹.

Валютный рынок, как и многие другие рынки, подвержен влиянию существования асимметрии информации. Асимметричность информации на валютном рынке - это неравномерное распределение информации о валюте и тенденциях рынка между участниками валютного рынка.

Участниками валютного рынка выступают коммерческие и центральные банки, валютные брокерские агентства, международные корпорации, торговые компании, инвестиционные фонды, частные инвесторы. По статистике, около 2/3 сделок приходится на банки, 20 % - на иные финансовые институты и 16 % - на нефинансовые учреждения (включая отдельных крупных спекулянтов). При этом для банковского сектора характерен высокий уровень географической концентрации: основное количество операций проводится в банках, находящихся в крупных финансовых центрах, таких как Нью Йорк и Лондон.

Самой важной, приоритетной информацией на рассматриваемом рынке является информация о колебаниях курсов валют и их прогнозных показателях. Изменения валютного курса во многом определяются действиями участников валютного рынка.

Основу определения стоимости национальной валюты составляют валютные сделки по экспорту и импорту товаров, совершаемые резидентами данной страны. Эти сделки воздействуют на торговый баланс страны, а это основной фактор, влияющий на валютный курс. Коммерческие

банки не только диверсифицируют свои портфели за счет иностранных активов, но и осуществляют валютные сделки от имени других участников рынка (экспортеры, импортеры, арбитраж и пр.).

Центральные банки выступают на валютных рынках двояким образом. Прежде всего, они являются участниками рынка, имеющими, подобно коммерческим банкам, собственные интересы. Другой задачей центральных банков выступает обеспечение устойчивости собственной валюты не только внутри страны, но и в отношениях с другими валютами. Поэтому они участвуют в операциях на валютных рынках для защиты собственной валюты. Центральные банки стран, входящих в валютные системы, обязаны поддерживать в твердо установленных границах курсы своей валюты относительно других стран, входящих в данную систему. При необходимости с помощью операций купли-продажи валюты они должны восстанавливать курсовые соотношения. В их функции входит управление валютными резервами, проведение валютных интервенций, а также регулирование уровня процентных ставок по вложениям в национальную валюту². Особенно заметно влияние на курсы валют официальных публикаций Центральным банком макроэкономических показателей. В день публикации данных волатильность валюты страны резко возрастает³.

Таким образом, информация на валютном рынке распределена неравномерно. Центральные банки и правительства стран более осведомлены в части макроэкономических показателей, денежно-кредитной политики страны; крупные импортеры и экспортеры - в части планов развития собственного бизнеса.

На валютном рынке действует несколько факторов, существенно влияющих на степень асимметрии информации. Первым из них является фактор неопределенности. Получение информации связано с затратами ресурсов. Рациональный экономический агент не будет платить за информацию больше того уровня, на котором предельные издержки на ее получение превышают предполагаемый предельный доход от ее использования. Частный инвестор не будет пользоваться услугами профессиональных участников валютного рынка, если он недостаточно осведомлен о преимуществах такого решения.

Фактор ненадежности информации также проявляется на валютном рынке. Не всегда информация надежна. Даже если информация, получаемая экономическим агентом сегодня, была точной, завтра она может устареть в силу изменения экономической среды и, следовательно, на нее нельзя будет более полагаться при принятии экономических решений. Этот фактор был учтен Фишером Блэком в 1986 г. в публикации о шумовой торговле: "Шумовая торговля - это торговля на шуме, воспринимаемом так, как если бы шум был бы информацией. Люди, торгующие на шуме, будут торговать даже тогда, когда объективно они должны были бы воздерживаться от этого. Возможно, они считают, что шум, на основе которого они торгуют, является информацией. Или, возможно, им просто нравится торговать". Хотя Ф. Блэк не указывает, каких операторов следует относить к категории "шумовых трейдеров", в работе Де Лонга, Шляйфера, Саммерса и Вальдмана можно найти описание таких участников рынка. Шумовые трейдеры ошибочно полагают, что у них есть уникальная информация о будущих ценах на активы. Источниками такой информации могут быть ложные сигналы о несуществующих трендах, подаваемые индикаторами технического анализа, слухи, рекоменда-

ции финансовых "гуру". Шумовые трейдеры сильно переоценивают значение имеющейся информации и готовы принимать на себя необоснованно большой риск. Проведенные эмпирические исследования также указывают на то, что к шумовым трейдерам в первую очередь следует отнести индивидуальных инвесторов, т.е. физических лиц. Более того, именно эта группа трейдеров несет систематические убытки от торговли из-за иррациональности своих действий⁴.

Важную роль в устранении фактора ненадежности информации играет система информационного обеспечения. В настоящее время наиболее широко известны четыре международных информационных системы: Dow Jones Telerate, Reuters, Tenfore, Bloomberg.

Reuters - мировой лидер в области представления новостей, финансовой информации и средств технического анализа.

В 1851 г. Пол Джулиус Рейтер основал новую фирму на принципах оперативности, точности и независимости. В то время он применил голубиную почту. В настоящее время технология и огромные ресурсы агентства Reuters широко используются банками, брокерскими конторами и другими потребителями на финансовых и деловых рынках.

Dow Jones Telerate - составляющая часть американского информационного агентства Dow Jones & Company. Концерн был организован в 1882 г. и стал первой в мире структурой, созданной специально для сбора, обработки и анализа финансово-экономической информации. С начала века компания выпускает издание - The Wall Street Journal, а также ряд специализированных и региональных газет и журналов. Чарльз Доу - основатель концерна Dow Jones & Company - является также и основоположником технического анализа.

Bloomberg - создано в 1982 г. Идеи его создателей позволили системе развиваться на рынке финансовой информации быстрыми темпами. Информационное агентство Bloomberg расположено в Нью-Йорке, региональные отделения - в Лондоне и Токио. Основной упор Bloomberg делает на качество и скорость поступления деловой и светской информации со всех сторон мира.

Tenfore - система финансово-экономической информации. В режиме реального времени по ней передаются:

- ◆ котировки ведущих банков мира;
- ◆ международные биржевые цены;
- ◆ новости информационных агентств.

Система Tenfore создана в Швейцарии в конце 1970-х гг. и к настоящему времени имеет представительства и подписчиков в 36 странах Европы, Азии, Америки, Африки.

Фактор субъективности экономических агентов приобретает все большее значение в современной информационной экономике. Экономические агенты не в состоянии запомнить и переработать весь объем доступной им информации, вынуждены отбирать для хранения и непосредственного использования только наиболее важную информацию. Часть совокупной информации неизбежно теряется; не все экономические агенты обладают достаточными знаниями и навыками, которые позволили бы им адекватно переработать поступающую информацию. Поток биржевых данных в современном мире настолько большой, что это может помешать принятию правильного решения, даже запутать игрока валютного рынка. На чтение и переработку всей необходимой информа-

ции может уходить много времени, вследствие чего решения будут приниматься несвоевременно, что может привести к существенным негативным последствиям.

Асимметрия информации является чертой, неустранимо присущей валютному рынку. Она препятствует принятию экономическими субъектами оптимальных решений и эффективному распределению ресурсов, приводит к неблагоприятному отбору, возникновению морального риска (moral hazard) и создает возможности для реализации оппортунистического поведения сторон, а также увеличивает трансакционные издержки⁵.

Регулирование проблемы асимметрии информации должно проводиться на уровне оптимизации экономической системы в целом. При этом рыночная информация играет роль общественного блага, а ее распространение - одна из важнейших функций общества. Поэтому определяющими способами снижения асимметрии информации являются законодательное регулирование экономической деятельности, развитие и поддержка государством экономических институтов - организаций, осуществляющих контроль и надзор за участниками валютного рынка, а также накапливающих и распространяющих ретроспективную информацию институционального характера.

¹ Козачок И.В., Краснова С.Г. Экономическая сущность асимметрии информации и ее влияние на функционирование рынка // Экономика. 2007. № 2.

² Красавина Л.Н., Алигберов Т.И. Международные валютно-кредитные и финансовые отношения. URL: <http://www.bibliotekar.ru/valyutno-creditnye-otnosheniya/7.htm>.

³ От чего зависит курс валюты? Факторы, влияющие на валютный курс. URL: <http://fingeniy.com/ot-chego-zavisit-kurs-valyuty-factory-vliyayushhie-na-valyutnyj-kurs>.

⁴ Проблемы прогнозирования финансовых рынков. URL: <http://geektimes.ru/post/209504>.

⁵ Козачок И.В., Краснова С.Г. Указ. соч.

Поступила в редакцию 05.03.2015 г.

ВЛИЯНИЕ ЭТИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ ПЕРСОНАЛА НА УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ КОМПАНИИ

© 2015 Сыроева Анна Александровна
Самарский государственный экономический университет
443090, г. Самара, ул. Советской Армии, д. 141
E-mail: rust1978@mail.ru

Международные общественные и частные организации в настоящий момент проявляют повышенный интерес к этическим вопросам. Каждый день коммерческим организациям по всему миру следует работать вместе, чтобы выжить. Бизнесу необходимо понимание других стран. Только те компании, которые тратят много времени и усилий, чтобы приспособиться к странам, в которых они создают свой бизнес, будут успешными. Таким образом, при стремительно развивающейся глобальной экономике представляется актуальным рассмотреть роль деловой этики и стандартов.

Ключевые слова: бизнес-этика, международная этика, кодекс поведения.

Возможно ли действовать этично на международном уровне, и если да, то как это сделать - вот один из вопросов, которые с каждым годом все больше волнуют международные компании.

Международная бизнес-этика имеет ряд открытых вопросов и дилемм. Сегодня она характеризуется следующими элементами:

- каждая культура и нация имеет свои ценности, историю, обычаи и традиции, таким образом, она формирует собственные этические ценности и понимания этических принципов;
- существует международный этический кодекс поведения, который принят и которому следуют все страны;
- тяжело обрисовать те этические ценности, которые были бы понятными, приемлемыми и важными для представителей всех континентов одновременно.

В современном глобализированном мире ситуация в бизнесе такова, что становится очевидным: конкурентоспособными оказываются те компании, которые имеют сильную корпоративную культуру, т.е. обладают прочными ценностными ориентациями¹. Теперь больше недостаточно быть только квалифицированным и опытным специалистом в конкретной предметной области, для того чтобы действовать профессионально. Профессионализмом также является этическое поведение, честность, ответственность и целостность. Как обеспечить такой стиль работы во все времена в долгосрочной перспективе и почему надо делать так?

Во-первых, этическое поведение в сочетании с навыками и профессионализмом способно обеспечить устойчивое развитие, а не краткосрочную прибыль, которая приносит пагубные результаты через определенный промежуток времени. Этическое поведение гарантирует осведомленность и заботу о будущем и правильный способ действий в каждой конкретной ситуации.

Во-вторых, этические нормы поведения устанавливают здоровую и приятную атмосферу сотрудничества для всех сторон, участвующих в сделке, что помогает им чувствовать себя комфортно друг с другом.

В-третьих, действия в соответствии с нравственными ценностями являются решающими для внимания и поддержки клиентов и обеспечивают значительное конкурентное преимущество в конкретном сегменте рынка.

Итак, после того как определили, что этика является обязательным моментом в международном бизнесе, перейдем к более сложной сфере - как реализо-

вать на практике этические нормы поведения в долгосрочной перспективе. Может ли лицо следовать собственным этическим убеждениям, для того чтобы действовать этично в международном бизнесе? Должна ли каждая компания создавать свой этический кодекс поведения и контролировать все время своих сотрудников на соответствие ему? Если да, то как этого добиться? И что произойдет, если два человека или две компании с различными кодексами поведения встретятся для сотрудничества? Как обеспечить этичное поведение в случае, если этические ценности и принципы не совпадают?

Это очень важные вопросы, на которые бизнес и участники научных кругов пытались ответить на протяжении долгих лет. Как и все остальное в бизнесе, не всегда возможно выяснить один стопроцентно правильный ответ на отдельный вопрос. Каждый предлагает свою личную точку зрения, основываясь на восприятии, исследованиях, пониманиях, опытах и экспериментах.

Первопричина этических проблем в бизнесе - противоречия в интересах взаимодействующих групп. Бизнес включает в себя экономические отношения между многими группами людей: клиентами, наемными работниками, акционерами, поставщиками, конкурентами, правительствами и сообществами - заинтересованными сторонами. Для наиболее эффективного управления современный менеджер должен учитывать всю совокупность интересов, а не только интересы акционеров².

Анализ литературы по данной теме позволяет предложить следующий подход к международной деловой этике:

- каждый человек и каждое юридическое лицо должны иметь основные положения его этических ценностей;
- каждый человек и компания должны обеспечить понимание этических ценностей и веры в их эффективность и значимость;
- сотрудники каждой организации должны участвовать в создании корпоративного кодекса поведения, который в этом случае наверняка представляет корпоративную культуру, а не только личные взгляды компании лидера;
- каждый человек и компания должны контролировать соблюдение обозначенных ценностей все время;
- все этические ценности должны быть разделены на две категории - жесткие и гибкие. Жесткие - это те ценности, которые нельзя отвергнуть ни при каких обстоятельствах (честность, порядочность, профессионализм), и гибкие - это те нравственные принципы, которые могут быть интерпретированы по-разному в разных ситуациях (будем понимать их как инокультурные ценности).

Таким образом, иностранные люди с разными этическими кодексами поведения при встрече способны создать эффективный общий набор этических критериев для сотрудничества, поддерживая жесткие принципы без изменений, но адаптируя гибкие моральные принципы. Такой подход способен обеспечить каждой из сторон согласие и удовлетворение созданных этических рамок сотрудничества для конкретного проекта, не нарушая личных убеждений.

На наш взгляд, это один из наиболее эффективных способов обеспечения этичного поведения в сфере международного бизнеса, которая эффективна на индивидуальном, корпоративном, государственном и национальном уровнях.

¹ Уланов М.С. Корпоративная культура и буддизм // Современные научные исследования и инновации. 2014. № 9. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2014/09/37806>.

² Ахметова Л.С. Принципы делового общения // ИД Академии естествознания. 2015.

ANNOTATIONS TO THE ARTICLES

SOCIOLOGY

THEORY, METHODOLOGY AND HISTORY OF SOCIOLOGY

NETNOGRAPHY AS A SOCIOLOGICAL RESEARCH STRATEGY. PARTICULARITIES OF APPLIANCE IN MARKETING

© 2015 Gyul Darya Vladimirovna
PhD of Historical Sciences, Associate Professor
Samara State University
Academician Pavlova str., 1, Samara, Russia, 443011
E-mail: fisa-f@mail.ru

The purpose of this article is to analyse the intention of netnography and its specialities. Netnography is interpreted as a variety of ethnography. Its object-matters are communities, cultures, subcultures, communications of which are in the sphere of new media. The main characteristics of this strategy in comparison with the classical ethnography are formulated. A sphere of appliance of netnography and cognitive possibilities of it are distinguished.

Key words: netnography, ethnographic research, online-communication, new media, netnography in marketing research.

References

1. *Bataeva E.V.* Etnometodologicheskii analiz online-kommunikatsiy: kizisniy eksperiment v chatah [Ethnomethodological analysis of online-communications: crisis experiment in chats] // Socis. 2011. № 12. S. 88-98.
2. *Krupets Y.N.* Etnograficheskaya strategiya (tip) kachestvennogo sotsiologicheskogo issledovaniya [Ethnographic strategy (type) of sociological research] // Protседuri I metody sotsiologicheskogo issledovaniya. Praktikum. Kn.2 Kachestvennoe sotsiologicheskoye issledovaniye: uchebnoe posobiye [Procedures and methods of sociological research. Laboratory course. Vol. 2. Qualitative sociological research. Work-book] / pod red. A.S. Gotlib. Samara, 2014.
3. *Hazeva N.M.* Sotsial'niye media: Vox Populi ili spetsifika novogo kanala izucheniya mneniya potrebiteley [Social media: Voz Populi or the specific of a new channel of studying consumer's opinion] // Online issledovaniya v Rossii 3.0 [Online researches in Russia 3.0] / pod red. A.V. Shashkina, I.F. Devyatko, S.G. Davidova. Moskva, 2012.
4. *Poluhina E.* Online-nabludeniyе kak metod sbora dannih [Online observation as a method of data collecting] // INTER. 2014. № 7. S. 95-106.

ECONOMIC SOCIOLOGY AND DEMOGRAPHY

YOUNG SPECIALISTS AT THE MODERN PRODUCTION: ADAPTATION PROBLEMS

© 2015 Avdoshina Natalia Vladimirovna
PhD of Sociological Sciences, Associate Professor
Samara State University
Academician Pavlova str., 1, Samara, Russia, 443011
E-mail: natalsun@yandex.ru

The problem of young specialists shortage in the modern industry enterprises is analyzed. Adaptation problems as some of the main reasons of it are analyzed. The results of the applied sociological research conducted at some industry enterprises are presented.

Key words: young specialists, industry, adaptation of young specialists, shortage of qualified personnel.

During last two decades the shortage of high quality workers and engineers has been a serious problem delaying the developing of Russian industry. In this situation a special emphasis on adaptation of young specialists coming to a company should be placed. However as the sociological study conducted by the Research Institute of Social Technologies of Samara University at six Samara companies shows that a half of young newcomers quits within one year of the adaptation period. The main reason is the low wage level which not exceeded 2/3 of the average in the region and lack of clear career perspectives. In this conditions an individual adaptation and career plan for the whole adaptation period which continues three year in average is needed.

References

1. *Volkov Y.G. Kreativnoye obshchestvo, kak tsel rossiyskoy modernizatsii // Sotsiologicheskiye issledovaniya. 2011. № 11. S. 25-32. [Volkov Y.G. Creative society, as an aim of Russian modernization // Sociological Studies. 2011. № 11. P. 25-32.]*
2. *Sotsiologiya truda. Teoretiko-prikladnoy tolkovyi slovar/ otv. red. V.A. Yadov. Sankt-Peterburg, 2006. [Sociology of labor. Theoretic - applied dictionary / Editor-in-Chief V.A. Yadov. Sait-Petersburg, 2006.]*

SOCIAL STRUCTURE, SOCIAL INSTITUTES AND PROCESSES

ROLE OF INFORMATION TECHNOLOGY AND GADGETS IN THE SOCIALIZATION OF CHILDREN

© 2015 Mitrofanova Svetlana Yurievna
Samara National Research University named after S.P.Korolev,
Samara State Technical University
Molodogvardeyskaya str., 244, Samara, Russia, 443100
© 2015 Shtifanova Eugenia Alexeevna
Chelyabinsk Institute of Retraining and Improvement
of Professional Skill of Education Workers
Krasnoarmeyskaya str., 88 Chelyabinsk, Russia, 454091
E-mail: mit_s@mail.ru, evgeniap811@gmail.com

The paper shows how the participatory approach is involved in the main theses of the new sociology of childhood. The photographic technique in the participatory approach is under special attention. The advantages and disadvantages of this

method in respect of use by children are pointed out. The results of the author studies of the role of information technology and gadgets in the socialization of children of primary school age in a small town with the help of this technique and method focus group interviews with parents of children are presented.

Key words: a participatory approach, the new sociology of childhood, participatory photographs analysis.

The main theses of the new sociology of childhood are considered. It is proved that the participating approach fits well with the main theses of the new sociology of childhood. The photographic technique in the participatory approach is under special attention. We point out the advantages and disadvantages of this method in respect of use by children. Special attention is paid to the results of the author studies of the role of information technology and gadgets in the socialization of children of primary school age. The object of our investigation: 52 children of primary school (1, 2, and 3 form classes) and 27 parents of them children from small town Mednogorsk of Orenburg region. Besides photographic technique with children we use focus group interviews with them parents.

The investigation was conducted in the spring of 2015. We have known the main types of IT and gadgets that children use it: Terminals (computers, phones, tablets, and game consoles, consoles, cameras) and Network (The Internet is the most common type of it type "Network"). In our research, we studied how the children use IT and gadgets. In each class we pointed out three types of users of IT and gadgets: an inexperienced user, the novice user, experienced user. During the empirical research we have identified three types of availability IT and gadgets: material-limited availability, time- limited availability, and unlimited availability.

We identified three types of informants children under the role, which IT and gadgets play in their socialization based on the 1) identified types of informants by type of IT and gadgets, presented on photo of children, 2) the experience of use IT and gadgets, 3) availability of IT and gadgets. The first type: use only terminals; novice users who use IT and gadgets for games; time-limited access to IT and gadgets. Second type: use only terminals; novice users who use IT and the gadgets for games; not limited in the availability of IT and the gadgets. Third type: use the network with the terminals; are experienced users who use IT and the gadgets are not only for games but also for communication, creative self realization; not limited access to IT and gadgets. However, this typology is not universal and does not claim on totality.

References

1. Zunker H., Buhler-Niederberger D. From socialization research to the sociology of childhood (Translated from English by Ivan and Vitaliy Sholokhov Bezrogov) // Development of personality. 2003. No. 4. P. 69-94.
2. Mayorova-Shcheglova S.N. New information technologies and the young generation: there is no moral panic! // Intellectuals in the world of modern communications / the collection of articles under the General editorship of J.T.Toshchenko. Moscow, 2009. P. 254-259.
3. Mayorova-Shcheglova S.N. How society should provide the information security of children: the sociologist point of view// Children and society: social reality and innovations. Collection of papers at the all-Russian conference with international participation "Children and society: social reality and innovations / ed. board: V.A.Mansurov, main editor, A. Gubanova [et al.]. Moscow, 2014.
4. Mayorova-Shcheglova S.N. The transformation of childhood in the beginning of XXIC.: to clarify the concept of social construction of childhood // Vestnik RSHU. Series: Philosophy. Sociology. Art. 2014. No. 4 (126). P. 173-183.

5. *Shcheglova S.N.* Childhood as a social phenomenon: the Concept of social construction of childhood : the dissertation ... Doctor of Sociological Sciences : 22.00.04. Moscow, 1999.
6. *Cojocar D.* Challenges of childhood social research// Revista de cercetare si intervenstie sociale. 2009. Vol. 26. P. 87-98.
7. *Corsaro W.A.* Interpretive reproduction in children's role play // Childhood. 1993. № 1 (2). P. 64-74.
8. *Gallacher L.-A., Gallagher M.* Methodological Immaturity in Childhood Research?: Thinking through 'participatory methods' // Childhood. 2008. № 15. P. 499-516.
9. *James A., Prout A.* A new paradigm for the sociology of childhood? Provenance, promise and problems // Constructing and Reconstructing Childhood. Contemporary Issues in the Sociological Study of Childhood / A. James, A. Prout (coord.). London, 1997. P. 7-33.
10. *James, A., Prout A.* Strategies and structures: towards a new perspective on children's experiences of family life //Children in families: research and policy / Brannen J., O'Brien (coord.). London, 1996.
11. Just Teach us the Skills Please, We'll Do the Rest: Empowering Ten-Year-Olds as Researchers / M. Kellett [et al.] // Children and Society. 2004. № 18 (5). P. 329-343.
12. *Punch S.* Multiple Methods and Research Relations with Children in Rural Bolivia // Qualitative Methodologies for Geographers / M. Limb, C. Dwyer (eds). London, 2001.
13. *Punch S.* Research with Children: The Same or Different from Research with Adults? // Childhood. 2002. № 9. P. 321-341.

ECONOMY. ECONOMIC SCIENCE

ECONOMIC THEORY

INSTITUTIONAL FOUNDATION INVESTMENT FUNDS

© 2015 Goryachev Eugeny Yurievich
© 2015 Belova Lyudmila Vladimirovna
PhD in Economics, Associate Professor
Samara State University of Economics
Soviet Army str., 141, Samara, Russia, 443090
E-mail: 2427994@mail.ru

The article reveals the concept of the investment Fund as of the Institute of Economics. Describes the differences between mechanistic and voluntative economy. Given the definition of the cost with neoclassical and institutional perspectives, and approaches of its determination. Using the risk and return is explained by the dynamics of changes in funds in time. It is concluded that the predominance of a particular Fund type as of the institution of property in the economy determines the existence of different social orders.

Key words: investment fund, institutional economics, law, mechanistic economy, voluntative economics, risk, return.

THE NATURE OF INSTITUTIONAL INTERESTS IN THE BANK SPHERE

© 2015 Surovushkin Igor Mikhailovich
Samara State University of Economics
Soviet Army str., 141, Samara, Russia, 443090
E-mail: suro-igor@yandex.ru

This article discusses economic and institutional interests of banks and need of institutional regulation of bank activity are considered.

Key words: banks, banking sector, economic interests, institutional interests, private interest, general interest, institutional regulation.

References

1. *Barth J.R., Caprio G., Levine R.* Financial regulation and performance: cross-country evidence // Banking, financial integration, and International crises. Santiago, Chile, 2002.
2. *Hoang Lan Ha.* The Effect of Judicial Efficiency on Credit Market Development. Ruhr University Bochum // IEE Working Papers. 2003. Vol. 174.
3. *Laeven L., Majnoni G.* Judicial Efficiency Lower the Cost of Credit // World Bank Policy Research Working Paper. 2003. October (№ 3159).
4. *Mikhailov A.M.* Economic nature of factors of production and income of their owners // Economy and Property Management. 2015. № 2.
5. *Naumov S.V.* / Institutional organization of economy and methodological approaches to its research // Economic Bulletin of the Rostov State University. 2003. № 2.
6. *Mikhailov A.M.* Realization economically and institutional interests in the course of formation of innovative economy in Russia // Economic Sciences. 2013. № 8.
7. *Mikhailov A.M.* Nature of economic and institutional interests // Economic Sciences. 2004. № 8.
8. Pioneer researches of businessmen as institutional innovators belongs to A. Oleynik (*Oleynik A.* Institutional aspects of social and economic transformations. Moscow, 2000).
9. *Mikhailov A.M., Gromadskaya O.S.* Maintenance of institutional interests of subjects of bank activity//Economy and Policy. 2014. № 2.
10. *Konovalova M., Mikhailov A., Vishnever V.* Institutional Regulation as a Form of Institutional Interests in the Banking Sektor // International Journal of Economic Perspectives, 2015. Vol. 9, Issue 2. P. 23-27.
11. *Nort D.* Institutes, institutional changes and functioning of economy. Moscow, 1997.

ASYMMETRY OF INFORMATION ON THE CURRENCY MARKET AND THE FACTORS AFFECTING THE INFORMATION ASYMMETRY IN THE CURRENCY MARKET

© 2015 Zolotareva Irina Sergeevna
Samara State University of Economics
Soviet Army str., 141, Samara, Russia, 443090
E-mail: zolotareva.iren@gmail.com

This article discusses a market failure: asymmetric, incomplete information among economic agents. The author gives a brief description of the market players, defines asymmetry phenomenon and examines the main factors affecting the information asymmetry in the currency market.

Key words: asymmetry of information, the currency market, the exchange rate, noise trade, international news agencies.

References

1. *Kozachok I.V., Krasnov S.G.* economic essence of asymmetry of information and its impact on the functioning of the market // *Economy*. 2007. № 2.
2. *Krasavina L.N., Aligberov T.I.* International monetary and financial relations. URL: <http://www.bibliotekar.ru/valyutno-creditnye-otnosheniya/7.htm>.
3. What determines the exchange rate? Factors affecting the exchange rate. URL: <http://fingeniy.com/ot-chego-zavisit-kurs-valyuty-factory-vliyayushhie-na-valyutnyj-kurs>.
4. Problems of forecasting the financial markets. URL: <http://geektimes.ru/post/209504>.

ECONOMICS AND NATIONAL ECONOMY MANAGEMENT

THE INFLUENCE OF ETHICAL BEHAVIOUR OF STAFF FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE COMPANY

© 2015 Sysoeva Anna Alexandrovna
Samara State University of Economics
Soviet Army str., 141, Samara, Russia, 443090
E-mail: rust1978@mail.ru

International public and private organizations at the moment have an increased interest in ethical issues. Every day businesses worldwide need to work together to survive. The business need understanding of other countries. The company, which spends a lot of time and make significant efforts to adapt to the countries where they plan to create a business will be successful. Thus, with rapidly developing global economy, it seems relevant to consider the role of business ethics and standards.

Key words: business ethics, international ethics, code of conduct.

ЭКОНОМИКА И СОЦИОЛОГИЯ

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

2015. № 1 (25)

Главный редактор доктор экономических наук О.Е. Рязанцева

Редактор И.Н. Лошкарева
Компьютерная верстка - О.В. Егорова

Подписано в печать 31.03.2015 г. Формат 70x100/16. Бумага офсетная.
Гарнитура NewtonС. Усл. печ. л. 3,72 (4,0). Уч.-изд. л. 4,17. Тираж 1000 экз.
Цена договорная. Заказ №
Отпечатано в издательстве ООО "24-Принт".

Мнение авторов публикаций не обязательно совпадает
с точкой зрения редколлегии.

При перепечатке материалов из научного журнала "Экономика и социология"
обязательно согласование с редколлекцией.