

Дальневосточный федеральный университет
Школа гуманитарных наук
Московский государственный университет
имени М.В. Ломоносова
Социологический факультет
Федеральный научно-исследовательский
социологический центр РАН

ПРОБЛЕМЫ МОДЕЛИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЦЕССОВ: РОССИЯ И СТРАНЫ АТР

МАТЕРИАЛЫ
III ВСЕРОССИЙСКОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
С МЕЖДУНАРОДНЫМ УЧАСТИЕМ

Владивосток

9–10 ноября 2017 года

Научное электронное издание



© ФГАОУ ВО «ДВФУ», 2017
ISBN 978-5-7444-4176-0

УДК 316.42

ББК 60.56

П78

Редакционная коллегия:

И.Г. Кузина, канд. ист. наук, профессор (отв. ред.);

А.В. Винокурова, канд. социол. наук, доцент;

О.В. Заяц, канд. социол. наук, доцент;

В.В. Зырянов, канд. экон. наук, доцент;

Е.Ю. Костина, канд. социол. наук, доцент.

Проблемы моделирования социальных процессов: Россия и страны АТР
[Электронный ресурс] : материалы III Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Владивосток, 9–10 ноября 2017 г. / [отв. ред. И.Г. Кузина]. – Электрон. дан. – Владивосток : Дальневост. федерал. ун-т, 2017. – Режим доступа: <https://www.dvfu.ru/science/publishing-activities/catalogue-of-books-fefu/>. – Загл. с экр. – ISBN 978-5-7444-4176-0.

В издание включены материалы выступлений участников третьей всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Проблемы моделирования социальных процессов: Россия и страны АТР», которая уже стала традиционным мероприятием для Школы гуманитарных наук ДВФУ. Конференция проводилась при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (РФФИ), проект № 17-01-20512. Материалы конференции объединены общей проблемой применения естественнонаучных методов в количественных и качественных социологических исследованиях. Особое внимание уделено вопросам теории и практики проведения социологических исследований в России и АТР.

Текстовое электронное издание

Минимальные системные требования:

Веб-браузер Internet Explorer версии 6.0 или выше, Opera Версии 7.0 или выше,
версии 1.5 или выше, Google Chrome 3.0 или выше.

Компьютер с доступом к сети Интернет.

Минимальные требования к конфигурации и операционной системе компьютера
определяются требованиями перечисленных выше программных продуктов.

© ФГАОУ ВО «ДВФУ», 2017

Размещено на сайте 14.12.2017 г.

Объем 3,8 Мб

Дальневосточный федеральный университет

690091, г. Владивосток, ул. Суханова, 8

E-mail: editor_dvfu@mail.ru

Тел.: (423) 226-54-43, 265-24-24 (доб. 2383)

<i>Грабельных Т.И.</i> Значение социологического исследования и социологической экспертизы на новом этапе развития гражданского общества в России.....	228
<i>Грибова К.Л.</i> Социальное пространство в условиях глобализации.....	231
<i>Григоричев К.В.</i> Past dependence и неформальность российских пригородов.....	234
<i>Григорьева Л.Ю.</i> Категории патернов коммуникации: «информация», «граница» и «диссипация» в исследовании медиа-реальности. Основные принципы постнеклассической парадигмы социосинергетики.....	237
<i>Грудина Т.Н.</i> Традиции и обычаи царской семьи Романовых: контент-анализ семейных дневников.....	240
<i>Ефимова В.Л.</i> Визуальные исследования феномена моды в социологии культуры: возможности и перспективы.....	243
<i>Кабайкина О.В.</i> Интервью как метод изучения гендерного неравенства в трудовой сфере российского общества.....	245
<i>Кадиров Н.Т.</i> Методология сбора и анализа данных для оценки состояния системы транзактивной памяти в команде.....	247
<i>Каменский Е.Г.</i> Модное потребление «техно» как фактор трансформации социальных структур.....	251
<i>Комарова А.Н.</i> Роль социологии в изучении актуальных вопросов киберсоциализации.....	253
<i>Костина Е.Ю., Семенов С.А.</i> Качественные методы социологии в исследовании социального здоровья.....	255
<i>Кривошеев В.В.</i> Цифровая социология: необходимость уточнения основных характеристик современного социального познания.....	257
<i>Крошкина М.С.</i> Основные подходы к пониманию жизненных стратегий молодежи.....	258
<i>Латинов В.А.</i> Социальный капитал современного российского общества.....	260
<i>Лядова А.В.</i> Трансформация института медицины и развитие новых социальных практик в сфере охраны здоровья.....	263
<i>Манцева Е.Р.</i> Характер знаний в сети Интернет: социологический анализ.....	264
<i>Мартыненко Т.С.</i> Картографирование как метод изучения социального неравенства.....	267
<i>Надток С.А.</i> Синергетический подход в социальных науках.....	269
<i>Нефедев С.Н.</i> Глобализация и консервативная версия «конца истории».....	271
<i>Панфилова А.О.</i> Визуальные методы в социологическом изучении города.....	273
<i>Подъячев К.В.</i> Качественные методы и «национальная социология»: к вопросу о теоретико-методологических аспектах изучения особенностей социальных процессов в России.....	275
<i>Сапрыкина И.Э.</i> Количественные и качественные методы в исследовании имиджа образовательных организаций.....	278
<i>Сушко В.А.</i> Сетевой анализ как метод исследования в социальных науках.....	279
<i>Толвайшиц Л.</i> Применение метода составного нарратива в выработке рекомендаций по брендированию Сербии.....	282
<i>Тюплина И.А.</i> Качественные методы в социологии города: методология Ф. Знанецкого.....	285
<i>Хатнюк Н.Н.</i> Опыт качественного исследования образа Родины в школьных рисунках.....	288
<i>Щеткина И.А.</i> Культурологические парадигмы исследования качества жизни.....	290
<i>Яровая В.Е.</i> О методах изучения потребительского поведения детей в магазине.....	293
<i>Ćeranić Goran</i> Social capital concept.....	295
<i>Krivokapić Nataša</i> Media and society.....	298
<i>Samardžić Obrad</i> Socio-cultural aspects of time.....	300
<i>Živković Predrag</i> Totalitarianism – the living content of globalization.....	302
СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ	305

О МЕТОДАХ ИЗУЧЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ ДЕТЕЙ В МАГАЗИНЕ

Яровая В.Е.

Изучению потребительского поведения и потребительской социализации уделяется большое внимание в зарубежной и отечественной социологии. И если методы изучения этих аспектов у подростков и взрослых представлены достаточно широко, то методов изучения потребительского поведения детей мало.

В особенности проблематично обстоит дело с изучением поведения детей дошкольного возраста. Контент-анализ статей журнала «Социологические исследования» показал предпочтение в качестве респондентов российскими исследователями подростков и юношества [5], а также обращение к мнению родителей и экспертов при изучении детей дошкольного возраста [4].

Ребенка дошкольного возраста отличает эмоциональная незрелость, ограниченность в выражении чувств и оценочных суждений. С.Н. Майорова-Щеглова отмечает, что для изучения детских представлений нужны «мягкие» методы, под которыми исследователь понимает те, которые учитывают специфику дошкольного возраста, и в которых отсутствуют прямые вопросы, которые заставили бы ребенка закрыться [2]. В справочно-учебном издании «Тезаурус социологии. Тематический словарь-справочник» арсенал «мягких» методов представлен играми, рисунками и графикой [4].

Особенности потребительского поведения ребенка дошкольного возраста можно изучить двумя группам методов, которые мы условно обозначим как «внешние» и «внутренние». К первой группе отнесены методы, не предполагающие непосредственное взаимодействие с ребенком-информантом. Во-первых, это, как уже отмечалось, может быть опрос родителей. С помощью анкетирования можно выявить, кто является агентами социализации детей в магазине, в каком возрасте ребенок приобретает представление о товарно-денежных отношениях, специфику формирования моделей потребительского поведения. Во-вторых, есть ряд взрослых, которые могут выступить в качестве экспертов по вопросам детского потребления, потребительской социализации (например, продавцы, консультанты и т.д.). В-третьих, изучать ребенка-дошкольника можно опосредованно, через продукты его творческой деятельности – рисунки, коллажи, или прибегая к наблюдению. Главным достоинством метода наблюдения является то, что мы можем зафиксировать интересующее нас поведение непосредственно там, где для его проявления созданы максимально комфортные условия. Так местом изучения потребительского поведения детей дошкольного возраста могут выступать детские магазины. Используя метод наблюдения, мы можем выявить модели поведения детей в магазине, их взаимоотношения с родителями и продавцами, определить предпочтения детей, стратегии выбора товара и т.д. В таблице 1 представлен бланк для наблюдения за ребенком с выделенными единицами наблюдения.

Таблица 1 – Единицы потребительского поведения ребенка в детском магазине.

Номер испытуемого	Единицы потребительского поведения ребенка в детском магазине					
	Самостоятельно ходит по рядам и ищет нужный товар	Бегает по магазину, прося купить любую игрушку	Ходит вместе с взрослым	Покупает то, что наметил изначально (например, пополняет коллекцию)	Скучает и хочет быстрее уйти	Другое

Вторая группа исследовательских методов основывается на социальных взаимодействиях исследователя-взрослого и респондента-ребенка. Одним из методов изучения данной группы является беседа с ребенком по управляемому сценарию. Так, А.Н. Аянц использовала данный метод для изучения потребительской социализации детей по следующим показателям: участию ребенка в

покупках (походам в магазины); роли в принятии решения о покупке; осведомленности о местах приобретения игрушек; информационной осведомленности о новинках и популярных игрушках; пониманию соотношения цены и качества игрушки; способности избавиться от ненужной игрушки (выбросить, отдать); способности добиваться желанной игрушки (копить деньги, выполнять поручения, ждать события) [1].

Вариацией беседы с ребенком по заданному сценарию является беседа с использованием картинок, на которых представлены сюжеты, связанные с магазином и поведением людей в них. Ребенок может, как описать, что он видит на картинке, так и составить целый рассказ. Можно выявить его представление о магазине, какие товары в нем он знает, чем хочет обладать и т.д. На рисунках 1 и 2 представлен возможный стимульный материал. При этом рисунок 1 ориентирован на выявление специфики интеракций ребенка с продавцом в магазине, определение модели поведения (более подробно о моделях поведения см. работу Филипова А.Г., Яровая В.Е. От детского потребления к консьюмеризму будущего) [6]. В беседе с дошкольниками мужского пола используется стимульный материал с изображением мальчика в магазине. Второй рисунок предполагает обращение к теме магазина в контексте изучения профессий.

Стимульный материал для использования разнообразен:



Рисунок 1 – Я в магазине Рисунок 2 – В мире профессий

Еще одним методом изучения мнения детей дошкольного возраста являются проективные методики. С помощью модификации методики Юркевич «Древо желаний» можно выявить ориентацию ребенка на потребительское поведение. Ребенку задаются следующие вопросы: Ты попал в детский магазин. Продавец может исполнить 5 твоих желаний. Чтобы ты у него попросил? (6 мин.) Чудо-машина умеет все на свете: шить, печь пироги, мыть посуду, делать любые игрушки. Что должна сделать чудо-машина по твоему приказанию? – 5 мин. Ты очутился вместе с мамой в детском магазине, где все разрешается. Ты можешь делать все, что твоей душе угодно. Придумай, что бы ты в таком случае делал? – (регистрируются первые 5 ответов) – 4 мин. С помощью этой методики можно определить, насколько сформированы представления ребенка о детском магазине и выработалась ли у него потребительская установка.

Для анализа формирования потребительского поведения у детей можно использовать метод анализа сюжетно-ролевой игры. Играя в магазин, ребенок воспроизводит элементы поведения в магазине, может попробовать себя в разных социальных ролях: стать продавцом, быть покупателем и т.д., то есть закрепляет модели потребительского поведения. Ребенок может, как сам организовывать пространство магазина, так и пользоваться уже придуманными взрослыми играми, представленными в виде лото, тематических наборов и т.д. В эти игры ребенок может играть дома с взрослым, со сверстниками в игровых зонах или в детском саду.

Используя данные методы, исследователь может выявить механизмы формирования потребительского поведения детей, определить, как он становится неотъемлемой частью общества потребления.

Современная социология обладает большим арсеналом для исследования потребительского поведения дошкольников. Главная особенность заключается в использовании «мягких» методов, которые помогают установить контакт с ребенком.

Библиографический список:

1. Аянян А. Н. Особенности потребительской социализации детей старшего дошкольного возраста (сравнительный анализ данных 2009 и 2014 гг.) // Мир психологии: научно-методический журнал. 2015. № 1. С. 122-132.
2. Майорова-Щеглова С.Н. Социологические исследования детей: границы и возможности применения неопросных методов // Социология детства. Сайт профессора С.Н. Майоровой-Щегловой. Систем. требования: Adobe Acrobat Reader. Режим доступа: http://www.childsoc.ru/doc/metod_1.pdf
3. Тезаурус социологии. Тематический словарь-справочник / под ред. Ж.Т.Тошенко. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. 489 с.
4. Филипова А.Г. Актуальные проблемы отечественных социологических исследований детства // Петербургская социология сегодня. 2016. № 7. С. 26-38.
5. Филипова А.Г. Детство в фокусе отечественных социологических исследований // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2016. № 1 (41). С. 80-87.
6. Филипова А.Г., Яровая В.Е. От детского потребления к консьюмеризму будущего // Навстречу будущему. Прогнозирование в социологических исследованиях. Материалы VII международной социологической Грушинской конференции. Ответственный редактор: А.В. Кулешова. 2017. С. 1749-1752.

SOCIAL CAPITAL CONCEPT

Ćeranić Goran

The concept of social capital incorporates two sub-concepts which have different etymological origin. The social aspect of this term suggests that this is a concept which describes a relationship between people, and the capital segment suggests that the relationships between people need to be understood as something that can be a resource for those who possess it. The classical and new theories of capital imply that a particular capital is primarily a resource, that it is measurable and, to some extent, convertible to other capitals [11]. To explain it more vividly, economic capital is based on the bank accounts of individuals, human capital is in the minds of individuals, and social capital builds on the structures of relationships among people. In order for an individual to use social capital, he/she must be connected with other people. It is a binding material, a glue which helps people to put all other capitals in the function of improving the common good, and as such it is partly a prerequisite for development.

Numerous sociologists seek to base the social capital debate on the historicisation of the concept, pointing out that social capital is not something completely new to the theory, but rather that it is a new articulation of some of the old ideas in sociology. Thus, they invoke Durkheim, Marx, Tocqueville, or any other important classic of the history of sociological thought. For example, social capital is connected to Durkheim's notions of anomy and solidarity, Marx's distinction between "class in itself" and "class for itself" or Tocqueville's analysis of American civil activism at the beginning of the 19th century [4]. However, the notion of social capital is first mentioned in the report of L. J. Hanifan [9] a state supervisor in rural schools of the American state of Virginia. Hanifan wanted to explain the importance of the local community for the successful work of schools, and he identified social capital as the most important aspect of the community. This innovation did not immediately catch on. The notion began to be used occasionally only in the second half of the twentieth century by Canadian sociologists Jane Jacobs in her neighbourhood research, and Glen Laurie in the study of racial inequalities.

The discourse on social capital was created only recently. Regardless of the fact that at the end of the 1980s the term gained a serious theoretical basis within Bourdieu's theory of capital, it was only in the late nineties of the twentieth century that a real debate about social capital would begin. This process took place at