



УДК 316.342.6  
ББК 60.561.2

**РЫНОК КАК СОЦИАЛЬНЫЙ МЕХАНИЗМ В ДИСКУРСЕ  
СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ**

**Василенко Инна Викторовна**

Доктор философских наук, профессор кафедры социологии  
Волгоградского государственного университета  
inna.asilenko@yandex.ru, socpol@volsu.ru  
просп. Университетский, 100, 400062 г. Волгоград, Российская Федерация

**Шерер Ирина Николаевна**

Кандидат социологических наук, доцент кафедры экономики и менеджмента  
Волгоградского государственного социально-педагогического университета  
pro-sv28@yandex.ru  
просп. им. В.И. Ленина, 27, 400066 г. Волгоград, Российская Федерация

**Аннотация.** В статье поставлена цель исследования, которая заключается в поиске общего и особенного в подходах различных социологических и эконом-социологических исследовательских школ с дальнейшей выработкой авторской позиции исследования рынка. Для рынка труда важно, что все участники, существующие в условиях асимметрии информации, обладающие различным опытом и познаниями, тем не менее, договариваются о цене. Таким образом, знание цены и особенностей рынка, в том числе и рынка труда, стало повседневным знанием.

**Ключевые слова:** цена, рынок, социальный механизм, рыночный механизм, конструирование.

Понятие «рынок» в настоящее время является атрибутом как повседневной жизни, так и экономической и социологической наук. Он «включен» во все экономические или социальные процессы, влияет на них и сам испытывает обратное воздействие на себя со

стороны этих процессов. Представители вышеупомянутых наук на базе занятых ими методологических позиций рассматривают сущность и содержание понятия «рынок» как социально-экономического явления. Синтезирует эти подходы экономическая социология,

обладающая самым высоким эвристическим потенциалом для постижения феномена рынка в современных социально-экономических условиях. Целью нашего исследования является поиск общего и особенного в подходах различных социологических и эконом-социологических исследовательских школ, с целью выработки авторской позиции на предмет нашего исследования. В связи с этим, именно круг теорий, взглядов, принадлежащих этим школам, и будет нас интересовать. Для решения вышесформулированной цели необходимо: проанализировать различные теоретические подходы к пониманию рынка; исследовать методологические принципы его постижения; выявить наиболее оптимальный вариант; и на его основе прояснить авторскую позицию на рынок как социальный механизм.

Для анализа подходов к рынку были использованы труды социологов М. Вебера, Т. Парсонса, К. Поланьи, А. Шютца. Среди последователей эконом-социологического подхода к анализу рынка выделим Н. Флигстина, В. Зелизер, М. Аболафию, М. Грановеттера, В.В. Радаева.

В основе рынка лежит рыночный обмен. М. Вебер считал, что он основывается на том, «что все одинаково стремятся к предложению. И спрос существует также всеобщий, то есть соответствует возможностям рынка» [2].

Основанием всякого обмена является мировая борьба людей за цены; при торговле человека по мене возникает конкуренция (против других, стремящихся к той же меновой цели). Разрешается это компромиссом, который заканчивает борьбу. В результате получения выгоды одного или нескольких участников.

Рыночный обмен благами предполагает его добровольность и отсутствие какого-либо принуждения. Эту черту рынка подчеркивал М. Вебер в своем труде «Хозяйство и общество». «Приобретение товаров посредством свободного, чисто экономического рационального обмена... концептуально противостоит захвату товаров посредством принуждения любого рода, в особенности физического принуждения» [13].

М. Вебер связывает экономические, рыночные интересы с понятием «классы». Он считает, что именно эти интересы и образуют «классы». В свою очередь, рынок предпо-

лагает наличие классовых и экономических интересов.

Таким образом, социальный механизм рынка у М. Вебера – это, прежде всего, добровольный обмен между продавцом и покупателем, основанный, во-первых, на конкуренции за цены, за выгодную цену, а, во-вторых, на экономическом, классовом интересе сторон. Дальнейшее развитие этой модели социального механизма получило в историко-генетическом подходе отечественного эконом-социолога В.В. Радаева. Эта модель относится к микроуровню рыночной системы и объясняет ее функционирование через взаимодействие акторов.

Рынок у Т. Парсонса – это механизм функционирования экономической системы, который действует на основе принципа эффективного управления ресурсами. Рыночный механизм Парсонса является средством обеспечения нормативного порядка через развитие форм институционализации отношений собственности и контракта [6].

Т. Парсонс отмечает тесную связь экономики и политики, которая, к примеру, заключается в том, что как только рыночная система экономики достигает высокого уровня развития, она становится для правительства важным каналом мобилизации ресурсов. Кроме того, наряду с распространением технологического прогресса широкое распространение в рыночной системе получает социальная организация производственного процесса, состоящая в создании новых форм использования трудовых ресурсов в бюрократических контекстах. Под бюрократическими контекстами понимается, как правило, бюрократическая организация производства и происходящая через рынок труда мобилизация трудовых ресурсов.

Рассматриваемые рыночные системы вовлечены во взаимобмен между подсистемами экономики и политики. Здесь следует подчеркнуть и различие, отмечаемое Т. Парсонсом между коммерческими рынками и рынками труда, имеющими дело с человеческими ресурсами, в том числе с теми, кто находится на высоком уровне компетентности и ответственности. Таким образом, рынок – это, по мнению Т. Парсонса, специфический механизм функционирования экономической системы, которая регулируется только института-

ми собственности и контракта и, которая обеспечивает свободу деятельности предпринимателей. Социальный механизм рынка у Парсонса базируется, прежде всего, на нормативном порядке, обеспечиваемом институтами общества, особенно специфическими институтами собственности и контракта. Свобода же предпринимателей включаться в рыночные отношения обеспечивается устойчиво функционирующей экономической системой. Модель социального механизма рыночных отношений у Т. Парсонса относится к макроуровню, а сам механизм действует в контексте взаимодействия экономической, политической, социальной и прочих подсистем общества.

Экономика, по мнению К. Поланьи, превратилась в саморегулирующийся конгломерат рынков для устранения преград развитию сложной и могучей техники. Однако за внешней привлекательностью рыночного капитализма скрывается индустриальная цивилизация с калечащим человека разделением труда, стандартизацией жизни, преобладанием механизма над организмом и организации над самодеятельностью. Кроме этого, рыночная экономика внушает людям до предела упрощенные взгляды на роль и функции экономической системы в обществе.

Рынок, по мнению К. Поланьи, приводится в движение мотивами, как собственника (выгода, получение прибыли), так и наемных работников (голод, страх оказаться без средств к существованию). «Этот аппарат материального благополучия приводился в движение всего двумя мотивами: голодом и выгодой, а точнее, страхом оказаться без средств к существованию и стремлением получить прибыль» [7]. Функционирование рынка поддерживается социальными законами. Хотя рыночный механизм поставил людей в зависимость, прежде всего, от материальных благ, экономические мотивы никогда не составляли для них единственного стимула к труду. Социальный механизм рынка у К. Поланьи сочетает в себе и микро- и макроуровень. Так, микроуровень поддерживается взаимодействием экономических мотивов участников рыночных отношений, а макроуровень действия рынка обеспечивается законами, ценностями и нормативами господствующих институтов.

В. Зелизер, как представитель социокультурного подхода к рынку пишет о том, что общество полностью превращено в товарный рынок. Непрерывающаяся экспансия рынка безжалостно проникает во все социальные пространства и иссушает их. Исходя из логики В. Зелизер, рынок следует понимать как особую категорию культурных ценностей и социальных отношений. Однако при этом рациональность и эффективность рынка становится огромной ценностью в повседневной жизни, поэтому рыночные ценности деформируют семейные ценности [5].

Культурные факторы влияют на этичность действий хозяйствующих субъектов, формируя систему оценок. Это оценки того, что может быть использовано для достижения экономической цели, как может быть использован ресурс, в какой комбинации с другими ресурсами, и что является критерием эффективности использования. Социальный механизм рынка у Зелизера действует на системе материальных ценностей и смыслов, которые, с одной стороны формируют соответствующее экономическое поведение у участников рыночных отношений, а, с другой превращают это поведение в типичное для всех сфер жизнедеятельности людей. Следовательно, социальный механизм рынка В. Зелизера также сочетает в себе макро- и микроуровень рыночных отношений, и функционирует, с одной стороны на всеобщности экономических ценностей как смыслообразующих жизнедеятельность участников рынка, а, с другой – на выработанных этими участниками ценностных ориентациях, которые определяют их жизненные траектории.

М. Аболафия также рассматривал культурные аспекты рынка. Они проявляются в том, что участники рынка осуществляют повторяющиеся взаимодействия транзакции, на основе совокупности взаимных пониманий. Участники рынка используют их как для преследования собственных интересов, так и для ограничения спектра возможных альтернатив. «Такие понимания рождаются из взаимодействия, а затем подвергаются институционализации. Они имеют тенденцию закрепляться и превращаться в ресурсы, которые усиливают способность к действию участников рынка» [1]. В то же время рыночная культура подвер-

гается постоянным изменениям. Причина этого в том, что она должна постоянно воспроизводиться посредством отношений обмена, которые легко поддаются изменениям.

По мнению М. Аболафия, существенное преимущество анализа рынков в культурном аспекте состоит в том, что он позволяет увидеть субъектов рыночных отношений в системе повторяющихся транзакций, проанализировать конструирование ими институционализированных отношений и систем смыслов, которое возникает как следствие этих транзакций. Социальный механизм рыночных отношений М. Аболафия имеет некоторое сходство с моделью К. Поланьи. Этот механизм действует на микро- и макроуровнях отношений участников рынка. Микроуровень представлен системой взаимопонимаемых смыслов отношений, которые постоянно изменяются. Макроуровень представлен сконструированными участниками рынка институционализированными отношениями, которые также находятся в постоянной динамике.

В соответствии с историко-генетическим подходом, озвученном В.В. Радаевым рынок выступает как форма хозяйства, где, в отличие от дорыночных и нерыночных форм, блага изначально производятся для обмена, а не для административного перераспределения или собственного потребления. При этом В.В. Радаев использует определенную логику анализа рыночного обмена в рамках заявленного подхода. Обмен благами (продуктами и услугами) происходит относительно регулярно через постоянное повторение сделок купли-продажи. Регулярность обменов обеспечивается деньгами, а это означает, что, рыночный обмен имеет денежную форму. Рыночные обмены происходят с единственной целью – получить выгоду, или удовлетворить собственный экономический интерес. В то же время экономический интерес каждого участника ограничивается интересом его контрагента. Продавцы и покупатели непосредственно контролируют условия такого обмена. А компромисс между ними достигается через реализацию принципа эквивалентности, или равной стоимости этих благ. Следовательно, рынок предполагает состязательность хозяйственных агентов, то есть способность субъектов рыночных отношений, преодолевающая сопротивление контрагентов, влиять на

условия обмена, значимые для удовлетворения своего экономического интереса. Таким образом, социальный механизм рынка по В.В. Радаеву – это система денежных, регулярных, добровольных, взаимовыгодных и состязательных обменов, осуществляемых с помощью инструментов торга и отказа от обмена.

Среди социологических парадигм при рассмотрении рынка обратим особое внимание на феноменологию. Феноменологическая традиция в социологии, в первую очередь, связана с именем Альфреда Шютца и его последователя эконом-социолога М. Грановеттера. Эвристический потенциал этого подхода к рассмотрению социального механизма рынка проявляется в том, что он анализируется как многоуровневый феномен. Социальный механизм рынка носит интересубъективный характер и образован: во-первых, совокупностью типичных и взаимосвязанных представлений о рыночных отношениях; во-вторых, рациональностью, лежащей в основе действий участников рынка и сформированной на их практическом интересе и поэтому различающейся у продавцов и покупателей, у собственников и наемных работников; в-третьих, дифференцированными действиями участников, различие которых детерминируется разницей в информации о рынке и рыночных отношениях, определяющих эти действия; в-четвертых, мотивами для «того-чтобы» и «потому-что». Для «того-чтобы» мотивы интегрируются в субъективные системы планирования: жизненные планы, планы работы, досуга, планы на сегодня, на конкретный час и т. д. Мотивы «потому-что» – это разнообразные переживания в опыте собственных базовых установок: принципов, привычек, вкусов, эмоций и т. д.

Данный подход основывается на рассмотрении социального взаимодействия, в том числе и на рынке, как процесса координации поступков людей, наделяющих действия друг друга смыслом, типичным для их жизненного опыта. «В терминах этих типичностей я понимаю поведение моего ближнего и его мотивы. Эта типичность определяет мои ожидания будущего поведения как моего собственного, так и моих ближних...» [12]. Общность и устойчивость смыслов, придаваемых ситуациям взаимодействия, упорядочивает их и превращает в представлении участников вза-

имодействия в объективную реальность – социальные феномены. Социальная реальность конструируется, большей частью непреднамеренно, в сознании людей, придерживающихся общепринятых способов интерпретации как самоочевидных.

Действующими лицами взаимодействия на рынке являются покупатели и продавцы, поэтому крайне важным является то, как понимают рынок сами его участники. Так, по мнению А. Шютца, рынок – это совокупность общих смыслов, которые вырабатывают участники рыночных отношений в процессе практического погружения в систему рыночных трансакций, поэтому важным являются не различные мнения о рынке, а представления о нем участников рынка, которые его формируют практическими действиями. «Участники рынка ежедневно и независимо друг от друга совершают типические действия – одинаковые или сходные поведенческие акты в отношении одних и тех же объектов, синхронизированные во времени и пространстве. Такие действия формируют общий опыт участников рынка как результат сопереживания ими одних и тех же или сходных событий» [8].

А. Шютц говорит о том, что жизненный мир (рынок) не является предметом размышления, люди переживают его как объективную реальность. Тем не менее, большое значение для понимания механизма рынка имеет проблема рациональности, интерпретируемая в феноменологии. Рациональность, по Шютцу, формируется от того, как человек постигает социальный мир (рынок). Исследуется вопрос о том, совпадают ли категории интерпретации рациональности у продавца и покупателей? У человека, производящего работу и потребляющего ее результат? Ответ очень прост, и об этой простоте говорит Шютц.

Другим важным для понимания рынка как социального механизма в феноменологии вопросом становится то, каким образом знание о рынке формируется у участников рынка, как выстраиваются отношения в условиях неравномерности распределения информации, как возможно понимание между действующими лицами. С точки зрения Шютца любые понятия, в том числе и понятие «рынок», «социальный механизм», «выгода» и т. д., возникающие в процессе интеракции, конструируемы

участниками. При этом в каждой конкретной ситуации взаимодействия каждый участник вновь конструирует или реконструирует определенные смыслы. На этом основании представления о социальном механизме рынка старого и молодого человека, китайца и американца будут организованы иначе, однако они будут организованы в «рамках категорий знакомства и чуждости, личности и типа, близкого знакомства и анонимности». Феноменологическая схема «придание смысла – конструирование реальности» служит универсальным аналитическим инструментом. Например, вхождение на рынок мы можем рассматривать как усвоение понятийного аппарата, способов коммуникации, приемов работы, которые в совокупности становятся непосредственно способом придания смысла различным ситуациям, свойственным данному сообществу. Профессиональная деятельность для его членов образует особый мир, в котором реальность несомненна. С точки зрения феноменологии, рынок не субъективен или объективен, а интерсубъективен. Объясняется это тем, что каждый агент самостоятельно конструирует свое восприятие, но, тем не менее, все они достигают общности перспектив и заключают сделки. «Сообщность окружения и совместность переживания в мы-отношении придают доступному нашему переживанию миру его интерсубъективный, социальный характер. Это окружение не является ни моим, ни твоим, ни даже их суммой; это – интерсубъективный мир, доступный нашему общему переживанию» [11].

С точки зрения феноменологического подхода А. Шютца, социальный механизм рынка – это система итерационных процессов, источником которых являются типические действия участников рынка, устремленные на экономический интерес и принятие решений, на направление ресурсных потоков и формирование правил, которые его конституируют.

У М. Грановеттера рынок трактуется как переплетение социальных сетей, под которыми понимается совокупность устойчивых связей участников рынка. Таким образом, ученый рассматривает сетевой вариант рыночных отношений, основанный на солидарности и доверии.

Рынок в большей степени складывается из действий не автономных по отношению друг к другу участников, а таких, которые находят-

ся в отношениях связанности и взаимозависимости, что и делает рынок устойчивым. Экономические действия участников «укоренены в конкретных системах длящихся социальных отношений» [4]. Ситуация, в которой оказываются участники рынка, их конкурентоспособность и идентичность обуславливаются не столько их собственными качествами (форма собственности, квалификация работников, наличие бренда), сколько их позиционированием в сетях. Согласно сетевому подходу, агенты экономической хозяйственной деятельности с большей вероятностью вступят в отношении с теми, с кем они или имели дело раньше, убедившись в надежности партнеров, или с теми, о ком хотя бы что-то знают. Не случайно, люди чаще ищут и находят работу через личные неформальные контакты, нежели путем непосредственного использования объявлений о вакансиях или обращения в компании. Подобные связи помогают не только найти работу, но и продвинуться по служебной лестнице, сделать карьеру. В связи с подобными случаями М. Грановеттер вводит понятие «сила связи» и придает ей большое значение с точки зрения экономического действия на рынке. «Сила связи – это комбинация (вероятно, линейная) продолжительности, эмоциональной интенсивности, близости, или взаимного доверия, и реципрокных услуг, которые характеризуют данную связь. Каждый элемент этой комбинации в некоторой степени независим от других; хотя очевидно, что все они сильно связаны друг с другом» [3].

Под «сильными» связями подразумеваются постоянные контакты с родственниками и близкими друзьями, а под «слабыми» – с коллегами и знакомыми. М. Грановеттер считает, что человек, осуществляя свой выбор, всегда основывается на каких-то коллективных установках, он в состоянии оперировать информацией, принимать на ее основе решения и нести за них ответственность. Обычной ситуацией является персонифицированное взаимодействие, а случайное, обезличенное – лишь частным случаем, исключением. Сетевая конструкция отличается от социальной структуры персонификацией; элементы, участники знают друг друга, и это характерно для рынка труда. Чем выше необходимый уровень доверия при заключении сделки, тем выше вероятность се-

тевого механизма. Кроме отношений конкуренции, сетевой подход дает возможность включить в схему и отношения сотрудничества.

Подытоживая вышеизложенные размышления, приходим к следующим выводам. Наиболее эвристичным представляется нам феноменологический подход к интерпретации рыночных отношений. Социальный механизм рыночных отношений в соответствии с феноменологическим подходом состоит из определенной структуры или сетей, сконструированных с помощью различных интерпретаций и установок субъектов рыночных отношений по отношению к нему. Все термины интерпретации и все концептуальные схемы постижения рынка в зависимости от позиции по отношению к рыночной структуре или сетям будут модифицироваться.

Каждый индивид организует свою повседневную жизнь и свои рыночные отношения в соответствии с системой смыслов, сформированных при конструировании своего социального мира. Единственным релевантным принципом построения перспективы, в которой рыночные отношения предстают индивидам в повседневном мире, является практический интерес, когда он возникает в определенной ситуации, который модифицируется при ее изменении.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аболафия, М. Рынки как культуры: этнографический подход / М. Аболафия // Современная экономическая социология и социальная теория: Актуальные проблемы общества и экономики в западной социальной теории. – Волгоград : Волгоградское научное издательство, 2005. – С. 66–69.
2. Вебер, М. История хозяйства. Биржа и ее назначение / М. Вебер. – М. : Гиперборей : Кучково поле, 2007. – 432 с.
3. Грановеттер, М. Сила слабых связей / М. Грановеттер // Экономическая социология. – 2009. – Т. 10, № 4. – С. 31–50.
4. Грановеттер, М. Проблема укорененности / М. Грановеттер // Современная экономическая социология и социальная теория: Актуальные проблемы общества и экономики в западной социальной теории. – Волгоград : Волгоградское научное издательство, 2005. – С. 58–71.
5. Зелизер, В. Социальное значение денег / В. Зелизер. – М. : Высш. шк. экономики – ГУ ВШЭ, 2004. – 284 с.
6. Парсонс, Т. Система современных обществ / Т. Парсонс. – М. : Аспект пресс, 1997. – 270 с.

7. Поланьи, К. О вере в экономический детерминизм // Избранные работы / К. Поланьи. – М. : Территория будущего, 2010. – 196 с.

8. Радаев, В. В. Что такое рынок: экономико-социологический подход / В. В. Радаев // Общественные науки и современность. – 2007. – № 3. – С. 115–127.

9. Семенова, Л. М. Анализ закономерностей последовательного развития явлений самоорганизации на предприятиях / Л. М. Семенова, В. Б. Хлебников, Ю. С. Бахрачева // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 10, Инновационная деятельность. – 2013. – № 2. – С. 49–56.

10. Семенова, Л. М. Качество управления производством с позиций синергетики / Л. М. Семенова, В. Б. Хлебников, Ю. С. Бахрачева, С. В. Семенов // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 10, Инновационная деятельность. – 2012. – № 7. – С. 120–126.

11. Шютц, А. Аспекты социального мира / А. Шютц // Смысловая структура повседневного мира: очерки по феноменологической социологии. – М. : Институт Фонда «Общественное мнение», 2003. – С. 126.

12. Шютц, А. Смысловая структура повседневного мира: очерки по феноменологической социологии / А. Шютц. – М. : Институт Фонда «Общественное мнение», 2003. – 336 с.

13. Veber, V. *Economy and Society: an Outline of Interpretive Sociology* / V. Veber. – Berkley (Calif.), 1978. – Vol. 1. – P. 635.

#### REFERENCES

1. Abolafiya M. Rynki kak kultury: etnograficheskiy podkhod [The Markets as Cultures: Ethnographic Approach]. *Sovremennaya ekonomicheskaya sotsiologiya i sotsialnaya teoriya: Aktualnye problemy obshchestva i ekonomiki v zapadnoy sotsialnoy teorii* [Modern Economical Sociology and Social Theory: Urgent Issues of Society and Economics in Western Social Theory]. Volgograd, Volgogradskoe nauchnoe izdatelstvo, 2005, p. 66-69.

2. Veber M. *Istoriya khozyaystva. Birzha i ee naznachenie* [The History of Economy. The Exchange and its Purpose]. Moscow, Giperboreya Publ., Kuchkovo pole Publ., 2007. 432 p.

3. Granovetter M. Sila slabykh svyazey [The Strength of Weak Ties]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya* [Economic Sociology], 2009, Vol. 10, no. 4, p. 31-50.

4. Granovetter M. Problema ukorenennosti [The Problem of Rootedness]. *Sovremennaya*

*ekonomicheskaya sotsiologiya i sotsialnaya teoriya: Aktualnye problemy obshchestva i ekonomiki v zapadnoy sotsialnoy teorii* [The Modern Economic Sociology and Social Theory: Urgent Issues of Society and Economics in Western Social Theory]. Volgograd, Volgogradskoe nauchnoe izdatelstvo, 2005. pp. 58-71.

5. Zelizer V. *Sotsialnoe znachenie deneg* [The Social Meaning of Money]. Moscow, Vysshaya shkola ekonomiki – GU VSHE Publ., 2004. 284 p.

6. Parsons T. *Sistema sovremennykh obshchestv* [The System of Modern Societies]. Moscow, Aspekt press Publ., 1997. 270 p.

7. Polanyi K. *O vere v ekonomicheskiiy determinizm. Izbrannye raboty* [On the Belief in Economical Determinism. Selected Works]. Moscow, Territoriya budushchego Publ., 2010. 196 p.

8. Radaev V.V. *Chto takoe rynek: ekonomiko-sotsiologicheskiy podkhod* [What is Market: Economical and Social Approach]. *Obshchestvennye nauki i sovremennost*, 2007, no. 3, pp. 115-127.

9. Semenova L.M., Khlebnikov V.B., Bakhacheva Yu.S. *Analiz zakonornostey posledovatel'nogo razvitiya yavleniy samoorganizatsii na predpriyatiyakh* [The Analysis of Regularities of Consecutive Development of Self-Organization Phenomena at the Enterprises]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 10, Innovatsionnaya deyatelnost* [Science Journal of Volgograd State University. Technology and Innovations], 2013, no. 2, pp. 49-56.

10. Semenova L.M., Khlebnikov V.B., Bakhacheva Yu.S., Semenov S.V. *Kachestvo upravleniya proizvodstvom s pozitsiy sinergetiki* [The Quality of Production Management from Synergetics Standpoint]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 10, Innovatsionnaya deyatelnost* [Science Journal of Volgograd State University. Technology and Innovations], 2012, no. 7, pp. 120-126.

11. Shyuts A. *Aspekty sotsialnogo mira* [The Aspects of Social World]. *Smyslovaya struktura povsednevnogo mira: ocherki po fenomenologicheskoy sotsiologii* [Semantic Structure of Everyday World: Essays on Phenomenological Sociology]. Moscow, Institut Fonda "Obshchestvennoe mnenie" Publ., 2003. 126 p.

12. Shyuts A. *Smyslovaya struktura povsednevnogo mira: ocherki po fenomenologicheskoy sotsiologii* [Semantic Structure of Everyday World: Essays on Phenomenological Sociology]. Moscow, Institut Fonda "Obshchestvennoe mnenie" Publ., 2003. 336 p.

13. Veber V. *Economy and Society: an Outline of Interpretive Sociology. Vol. 1*. Berkley (Calif.), 1978. 635 p.

**MARKET AS A SOCIAL MECHANISM  
IN THE DISCOURSE OF SOCIOLOGICAL APPROACHES**

**Vasilenko Inna Viktorovna**

Doctor of Philosophical Sciences, Professor, Department of Sociology,  
Volgograd State University  
inna.asilenko@yandex.ru, socpol@volsu.ru  
Prosp. Universitetsky, 100, 400062 Volgograd, Russian Federation

**Sherer Irina Nikolaevna**

Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor, Department of Economics and Management  
Volgograd State Socio-Pedagogical University  
pro-sv28@yandex.ru  
Prosp. Lenina, 27, 400066 Volgograd, Russian Federation

**Abstract.** The article aims at studying the common and peculiar features in the approaches of various sociological and economical sociological research schools for further elaboration of the authors' standpoint on market analysis. The market is a complex and many-valued concept, and it is difficult to reveal its essence in a single definition. The specification of concepts within the sociological theories provides a more or less complete picture of the market and the social mechanism of its functioning.

It is important for the labor market that all participants existing in the conditions of asymmetric information and having different experience and knowledge still manage to agree on price. In the Middle Ages knowledge of prices of certain specific goods or products had been particularly significant, but accessible only by specially trained people - merchants, while now the residents of any city around Russian Federation are aware of prices at their labor market. Thus, the knowledge of prices and peculiarities of market, including the labor market, has become everyday knowledge.

**Key words:** price, market, social mechanism, market mechanism, designing.