

ИЗ ФОНДОВ РОССИЙСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ БИБЛИОТЕКИ

Пчелинцева, Елена Германовна

1. Динамика стиля жизни семьи в период трансформации российского общества

1.1. Российская государственная Библиотека

Пчелинцева, Елена Германовна

Динамика стиля жизни семьи в период трансформации российского общества [Электронный ресурс]: Дис. ... канд. социол. наук : 22.00.03 .—М.: РГБ, 2005 (Из фондов Российской Государственной Библиотеки)

Экономическая социология и демография

Полный текст:

<http://diss.rsl.ru/diss/05/0397/050397005.pdf>

Текст воспроизводится по экземпляру,
находящемуся в фонде РГБ:

Пчелинцева, Елена Германовна

Динамика стиля жизни семьи в период
трансформации российского общества

Сарамов 2005

Российская государственная Библиотека, 2005
эод (электронный текст).

611 05-22 | 265

САРАТОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО

На правах рукописи



ПЧЕЛИНЦЕВА ЕЛЕНА ГЕРМАНОВНА

Динамика стиля жизни семьи в период трансформации российского общества

Специальность 22.00.03 – экономическая социология и демография

**Диссертация на соискание ученой степени
кандидата социологических наук**

Научный руководитель –
кандидат философских наук
доцент Климов В.А.

САРАТОВ-2005

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	3
Глава I. Стиль жизни как социальная и научная проблема	15
§1. Понятие «стиль жизни» в категориальной системе обществознания	15
§2. Методологические подходы к анализу жизнедеятельности современной семьи	40
Глава II. Особенности стиля жизни семьи в условиях переходного периода	65
§1. Потребление как детерминант стиля жизни российской семьи	65
§2. Влияние уровня дохода и потребления на формирование стиля жизни российской семьи	90
§3. Пути оптимизации стиля жизни семьи в рыночных условиях	117
Заключение	140
Список использованной литературы	145

Введение

За последние годы российское общество претерпело существенные перемены, настолько существенные, что можно говорить о новом качественном состоянии массового сознания. К настоящему времени образ жизни населения России еще не приобрел черты устойчивой, целостной системы поведения. В нем представлены модели, стандарты и стили поведения, которые унаследованы и заимствованы из разных исторических систем, разных культур. Это позволяет считать нынешний образ жизни переходным.

Современная социополитическая и культурная организация общества, благодаря техническим средствам информации и коммуникации, охватывает единым организационным управлением социальные процессы и институты, такие как производство, потребление, быт, нормируя культурные и политические стили, проявляясь в поведении семьи установками, стереотипами, обычаями. В настоящее время как в обществе в целом, так и среди семей в частности, преобладают дифференцирующие процессы, происходит социальная поляризация, основанная, в первую очередь, на имущественном расслоении. Представители семей с разным характером занятости, уровнем дохода и т.д. существенно различаются по своим материальным возможностям, ценностным ориентациям, поведенческим особенностям, духовным потребностям и, как следствие, стилю жизни.

Таким образом, возникает реальная потребность в социологическом анализе социальных характеристик современной российской семьи, причем особый исследовательский интерес представляет изучение образа и стилей их жизни. Уникальность современной ситуации заключается в том, что процесс формирования стиля жизни семьи в России обладают некоторыми чертами, присущими только российской действительности. Стиль жизни, как одно из проявлений в поведении ценностных ориентиров, формальных и неформальных норм и правил взаимодействия, дает представление о специфике отечественной семьи, стерео-

типах мышления, способах взаимодействия между людьми в условиях трансформирующегося российского общества, которые скажутся в дальнейшем в поведенческих установках, семейных взаимоотношениях и других формах социальной жизни.

Актуальность диссертационной темы на рубеже XX и XXI веков обусловлена колоссальными изменениями, которые испытывает российская семья – историческое образование, оказывающее влияние на все сферы общественной жизни. Характер такого сложного человеческого и социального явления, как семья, определяется не только внутрисемейными отношениями, но и общественно-экономическими, историческими, национальными и другими условиями. Семья развивается и изменяется вместе с обществом, оставаясь наиболее устойчивым и консервативным его элементом. В настоящее время изменения социокультурных условий резко усугубляют противоречия между семейными и внесемейными отношениями, которые нередко определяются как «ценностный кризис семьи». Экономические и политические трансформации российского общества предполагают изменения и в стиле жизни отечественных семей: отказ от старых и восприятие новых ценностей и поведенческих установок как условие адаптации к новым жизненным реалиям.

В рассмотрении роли процесса формирования стиля жизни современных российских семей мы находим проблемное поле для нашего исследования.

Категория «стиль жизни» разрабатывалась еще социологами классического периода развития социальной мысли. Например, М. Вебер, рассматривал стиль жизни как критерий социальной дифференциации, фактор, интегрирующий данную социальную группу и одновременно выступающий барьером, который препятствует переходу из одной группы в другую¹. Типы поведения людей, факторы их конструирующие изучали еще Т. Веблен², Г. Зиммель³, Г. Тард⁴. В современном западном социологическом знании вопрос интерес к категории

¹ См.: Вебер М. Хозяйство и общество // Вебер М. Избранные произведения. М., 1990.

² См.: Веблен Т. Теория праздного класса.- М., 1984.

³ См. : Зиммель Г. Экскурс по проблеме: Как возможно общество?// Вопросы социологии. 1993. №3; Зиммель Г. Философия культуры. М.: Юрист, 1996; Simmel G. Soziologie. Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung. Leipzig: Dunker & Humblot, 1908.

⁴ См.: Тард Г. Социальная логика. – СПб., 1996.

«стиль жизни», так как она включена в логику постмодернистского дискурса (Ф. Джеймисон¹, Б. Тернер², П. Бурдье³). Как отмечают исследователи, ценности стиля жизни в духе постмодернизма означают преобразование и смешение элементов.

Изучением образа жизни в 60-80 гг. прошлого века систематически занимались и советские ученые-социологи: Э.В. Клопов, Л.А. Гордон, И.В. Бестужев-Лада, Т.И. Заславская, Б.А. Грушин, И.Т. Левыкин, В.И. Толстых, В.И. Куценко и др.⁴ Однако, уже тогда в рамках изучения образа жизни были осуществлены попытки операционализировать понятие «стиль жизни». А.С. Ципко, В.П. Киселев, А.П. Бутенко считают, что стиль жизни – это «поведение личности, определяемое ею в соответствии с собственными потребностями и установками в пределах объективных возможностей, создаваемых типом и видом образа жизни»⁵. З.А. Янкова под стилем жизни понимает направленность, характер, структуру потребностей и способ их удовлетворения⁶. В. И. Куценко вполне обоснованно отмечал, что стиль жизни является одной из форм проявления образа жизни, это способ утверждения и поддержания определенного единства в разнообразии процессов жизни людей. Более того, стиль жизни – это способ, связанный с организацией единства в разнообразии, это сложное соци-

¹ См.: Клименкова Т. Феминизм и постмодернизм // Феминизм : Восток, Запад, Россия. М.: Наука, 1993, с. 178.

² См.: Тернер Б. Массовая культура, различие и стиль жизни // Контексты современности: Хрестоматия. Казань: АБАК, 1998. С. 129.

³ См.: Бурдье П. Начала. Coses dites / Пер. с фр. М.: Socio-Logos, 1994. С. 196.

⁴ См.: Бестужев-Лада И.В. Содержание и структура категории образ жизни // Теоретические и методологические проблемы исследования образа жизни. - М., 1979; Грушин Б.А. Свободное время: Величина. Структура Проблемы Перспективы.- М.: Правда, 1966; Он же. Свободное время. Актуальные проблемы. - М.: Мысль, 1967; Социология быта. Здоровье и образ жизни населения / Гордон Л., Возмитель А. и др. / Под ред. В.А. Ядова. - М: Изд-во Института социологии РАН, 1988. - С. 452-495; Гордон Л.А., Клопов Э.В. Человек после работы: Социальные проблемы быта и внерабочего времени: По материалам изучения бюджетов времени рабочих в крупных городах Европейской части СССР. - М.: Наука, 1972; Бестужев-Лада И.В. Советский образ жизни: Формы и методы его пропаганды. - М.: Знание, 1980; Общее и особенное в образе жизни социальных групп советского общества / Отв. ред. И.Т. Левыкин. - М.: Наука, 1987; Состояние и основные тенденции развития образа жизни советского общества / Отв. ред. И.Т. Левыкин. - М.: ИСИ АН СССР, 1988; Социологические методы изучения образа жизни / Отв. ред. И.Т. Левыкин, Э.А. Андреев. - М.: ИСИ АН СССР, 1985; Толстых В.И. Образ жизни: понятие, реальность, проблемы. - М, 1975; Куценко В. И. Философско-социологическое содержание категории «образ жизни» // Социалистический образ жизни и всестороннее развитие личности. – Киев, 1979, с.31-32.

⁵ См.: Бутенко А. П. Социалистический образ жизни: проблемы и суждения. М. 1978; Ципко А.С. Социалистический образ жизни и новый человек. - М. 1979; Бутенко А. П., Ципко А. С., Киселев В.П.. Социалистический образ жизни (методологические проблемы исследования). - М., 1975, С 20

⁶ См.: Янкова З.А. Структура городской семьи в социалистическом обществе // Социологические исследования. 1977. №1.

альное явление, которое невозможно описать лишь средствами социально-психологической науки¹.

Л.В. Сохань, В.А. Тихонович определили стиль жизни как социально-психологическую категорию, выражающую определенный тип поведения людей, индивидуально усваиваемый или избираемый, устойчиво воспроизводящий отличительные черты общества, бытового уклада, манеры, привычки, склонности.²

Л.Г. Ионин, разрабатывающий категорию «стиль жизни» применительно к постсоветской социокультурной ситуации считает, что характерные для современного российского государства понижение материального уровня жизни, всеобщая экспансия образования и возможность достаточно значительной социально-профессиональной мобильности привели к тому, что неравенство перестало быть ценностно-негативным понятием и превратилось в плюрализацию и индивидуализацию жизненных и культурных стилей³.

Для диссертации важное значение имеют труды авторов, объектом исследования которых является семья. При этом в качестве теоретических источников анализа семей как социокультурной и демографической группы использовались работы как классиков зарубежной социологии, так и российских ученых. Взгляд на семью как на социокультурный феномен и основной социализирующий фактор общества в той или иной степени отражается в трудах Платона, Аристотеля, Т. Гоббса, И. Канта, К. Маркса, Ф. Энгельса, Л.И. Савинова, М.С. Мацковского, С.И. Голода, А.Г. Харчева и др⁴.

¹ См.: Куценко В.И. Философско-социологическое содержание категории «образ жизни» // Социалистический образ жизни и всестороннее развитие личности. – Киев. 1979.

² См.: Образ жизни: теоретические и методологические проблемы социально-психологического исследования / Головаха Е.И., Сохань Л.В., Тихонович В.А. и др. - К.: Наук. думка, 1980.

Стиль жизни личности: теоретические и методологические проблемы / Сохань Л.В., Головаха Е.И., Тихонович В.А. и др. - К.: Наук. думка, 1982.

³ См.: Ионин Л.Г. Культура на переломе (Механизмы и направление современного культурного развития в России) //Социологические исследования. – 1995. №2. С. 41. Он же. Культура и социальная структура // СОЦИС. – 1996. №3. С. 35.

⁴ См.: Платон. Соч.: В. 6 т. – М., 1971; Аристотель. Соч.: В 4 т. – М., 1984; Гоббс Т.. Избр. произведения.– М.,1964; Кант И.. Соч.: В 6 т. – М., 1966; Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. 2-е изд.– М., 1964; Савинов Л. И. Семья и общество: история, современность и взгляд в будущее.- Саранск, 1992; Мацковский М.С. Социология семьи: проблемы теории, методологии и методики. – М.: Наука, 1989; Голод С.И. Будущая семья какова она – М.: Знание. 1990; Харчев А.Г. Брак и семья в СССР. – М.: Мысль, 1979.

Уже в работах классиков социологии и социальной психологии (Э. Дюркгейм, О. Конт, К. Левин, М. Мид, Т. Парсонс, П. А. Сорокин и др.¹) осуществлен анализ характера и роли семьи как важнейшего социального института. Особый интерес в данном отношении представляют идеи Э. Дюркгейма – об изменении функций семьи в процессе социальной эволюции; П.А. Сорокина – о «кризисе современной семьи», зафиксированного им в начале XX века; М. Мида – о переходе от «индивидуального брака» к «родительскому»; К. Левина – о предпосылках и характере супружеских конфликтов.

В отечественной социологической литературе выделяют несколько подходов в изучении семьи как социального феномена, в частности, институциональный (социоцентристский) и социально-психологический (антропоцентристский). Эти идеи отражены в работах И.А. Герасимова², А.Г. Харчева³, М.Ю. Арутюняна⁴, С.И. Голода⁵, Т.А. Гурко⁶, И.С. Коня⁷, М.С. Мацковского⁸ и др.

Интегративный подход рассматривает семью в единстве (социальный институт, малая группа, сфера личной жизнедеятельности), позволяет описать внутренние и внешние связи, элементную структуру, функции и изменение семьи как системы (М.С. Мацковский⁹, Л.Л. Рыбцова¹⁰ и др.). Он опирается на

¹ См.: Дюркгейм Э. Введение в социологию семьи, 1888; Конт О. Дух позитивной философии. – СПб., 1910; Конт О. Курс позитивной философии // Родоначальники позитивизма. – СПб., 1912.– Вып. 4. Левин К. Разрешение социальных конфликтов. СПб.: Речь, 2000; Мид М. Культура и мир детства.– М., 1989; Парсонс Т. Система современных обществ. - М.: Аспект Пресс, 1997.; Сорокин П.А. Человек. Цивилизация. Общество.– М.: Политиздат, 1992.

² См.: Герасимова И.А., Щербакова Е.М., Верхунова М.С. Формирование семейной структуры населения России: региональный аспект // Семья в России. - 1994. – N 2. - C.34-51.

³ См.: Харчев А Г. Семья и брак в СССР –М.: Мысль, 1979.

⁴ См.: Арутюнян М. Ю, Здравомыслова О. М. Российская семья на европейском фоне / Институт социально-экономических проблем РАН.– М., 1998.

⁵ См.: Голод С.И. Стабильность семьи: социальный и демографический аспекты. – Л., 1984.

⁶ См.: Гурко Т.А. Социология пола и гендерных отношений / Социология в России. – М., 1998;

⁷ См.: Кон И.С. Ребенок и общество. – М., 1988; Кон И.С. Социология личности. - М.: Наука, 1967.

⁸ См.: Мацковский М.С. Российская семья в изменяющемся мире // Семья в России. - 1995. - N 3/4. - C.25.

Мацковский М.С. Социология семьи: проблемы теории, методологии и методики / Отв. ред. Батыгин Г.С. – М.: Наука, 1989.

⁹ Там же

¹⁰ См.: Рыбцова Л.Л. Гендерные исследования в системе социологического знания. / Уральская социология на рубеже веков: преемственность поколений. Екатеринбург, 1999 – Ч.1.

более общий методологический – системный – подход (В.Н. Садовский¹). Системное понимание семьи и семейных процессов дало возможность объективно оценивать развитие семейных отношений во времени, рассматривать жизненный цикл семьи (Л.А. Гордон, Э.В. Клопов², Е.Б. Груздева³), соотносить развитие семьи, ее постоянные динамические изменения с изменением жизненного цикла.

Исторический ракурс анализа тенденций развития современной семьи определил интерес социологов к проблемам ее устойчивости, стабильности, к факторам ее дестабилизации, дезорганизации, кризиса (А.И. Антонов⁴, А.Г. Волков⁵, С.И. Голод⁶ и др.). В последние десятилетия уходящего века речь главным образом шла о таком деструктивном явлении, как ухудшение демографической ситуации, обусловленной невыполнением семьей основной функции по воспроизводству населения. Это работы советских авторов А.Г. Харчева⁷, В.Г. Вишневского⁸, С.И. Голода⁹, А.В. Синельникова¹⁰, В.В. Елизарова¹¹, С.В. Захарова¹² и др. Всех их объединяет пристальное внимание к насущным проблемам отечественной семьи и эволюции семейных отношений.

¹ См.: Садовский В. Н. Системный подход и общая теория систем: статус, основные проблемы и перспективы развития. – М.: Наука, 1980.

² См.: Гордон Л., Клопов Э. Потери и приобретения в России девяностых // Экономическая социология. – 2001. том 2, №5.– С. 480.

Гордон Л.А., Клопов Э.В. Социальное развитие советского рабочего класса и изменение его структуры // Рабочий класс, производственный коллектив, научно-техническая революция. – М., 1971. С. 31-32.

Гордон Л.А., Клопов Э.В. Человек после работы. Социальные проблемы быта и внебиржевого времени. – М., 1972. С. 42-53.

³ См.: Груздева Е. Б. Совмещение женщинами профессиональной и семейной ролей // Интеграция женщин в процесс общественного развития. – М.: Луч, 1994. Ч. 2. С. 321-356.

Груздева Е. Женская безработица в России (1991-1994 гг.) / Институт мировой экономики и международных отношений РАН. – М., 1995.

⁴ См.: Антонов А.И. Депопуляция и кризис семьи в постсоветской России: кто виноват и что делать? // Вестн. Моск. ун-та. Сер.18. Социология и политология. - М., 1995. - N 2. - С.75-84.

⁵ См.: Волков А.Г. Семья - объект демографии. – М., 1986.

⁶ См.: Голод С.И. Стабильность семьи: социальный и демографический аспекты. – Л., 1984.

⁷ См.: Харчев А.Г. Исследования семьи: на пороге нового этапа// СОЦИС. – 1986. N 3.

Харчев А.Г. Социалистическая революция и семья // СОЦИС. - 1994. N6.

⁸ См.: Вишневский А.Г. Демографическая революция. – М., 1976; Вишненский А.Г. Воспроизводство населения и общество: История, современность, взгляд в будущее. – М., 1982.

⁹ См.: Голод С.И. Стабильность семьи: социальный и демографический аспекты. – Л., 1984.

¹⁰ См.: Синельников А.Б., Борисов В. Семья и демографические тенденции // Социальная защита населения: Обзор. информ. Сер. Соц. помощь семье и детям. - 1995. - Вып.2. - С.1-113.

¹¹ См.: Елизаров В.В. Семейная политика в СССР и России // Семья в России. - 1995. - N1-2.

¹² См.: Захаров С.В., Иванова Е.Н. Рождаемость и брачность в России. // СОЦИС.- 1997. № 7.

Наряду с этим, с точки зрения автора, остаются недостаточно исследованными новые явления социальной реальности, порождающие необходимость переосмыслиния феномена «стиля жизни» российских семей. Анализ источников показывает, что в работах, посвященных проблемам семьи, не обнаруживается более или менее систематического рассмотрения вопросов формирования стиля жизни современной семьи в условиях трансформации российского социума. По мнению диссертанта, необходим социологический анализ основных детерминантов формирования стиля жизни семьи, выявление характерных особенностей стилей жизни семей в рыночных условиях.

Исходя из актуальности проблемы, недостаточной степени ее изученности ставится следующая цель работы – изучить и выявить содержание и структуру стиля жизни, а также факторов, влияющих на формирование жизненных стилей современных семей в условиях российской социальной реальности.

Поставленная цель определила необходимость последовательного решения ряда взаимосвязанных исследовательских задач:

- раскрыть генезис социологических подходов и их познавательную возможность для анализа жизнедеятельности современной семьи как субъекта формирования и динамики стиля жизни;
- предложить самостоятельную трактовку понятия «стиль жизни» применительно к семье в трансформирующемся обществе;
- выявить особенности моделей стилей жизни российских семей в переходный период;
- определить главные направления и факторы динамики стиля жизни современной российской семьи;
- раскрыть региональные особенности формирования стилей жизни современных семей;
- предложить главные пути и методы, способствующие гармонизации стиля жизни современной российской семьи.

Объектом исследования является отечественная семья периода трансформации российского общества (постсоветского периода).

Предметом исследования выступает процесс формирования и динамики стиля жизни отечественной семьи в условиях трансформации современного российского общества.

Теоретическую и методологическую основу исследования составляет комплекс различных методов. Это обусловлено системным подходом к исследованию стиля жизни в единстве экономических, социальных, культурных, нравственно-психологических, эстетических составляющих этого феномена, используется концепция социологии семьи. Основным среди используемых методов является структурно-функциональный анализ, так как он раскрывает взаимосвязь изучаемого явления с глубинными общественными структурами и социальными процессами конкретного общества. Для операционализации стиля жизни автор обращался к трудам классиков социологии (М. Вебер¹, П. Бурдье², Г. Зиммель³, Т. Веблен⁴), также использованы идеи современных социологов (Л.Г. Ионин⁵, И.В. Бестужев-Лада⁶ и др).

Поскольку тема диссертации находится на стыке нескольких социально-гуманитарных дисциплин, автору потребовалось привлечь и проанализировать литературу по экономике, социологии семьи, культурологии, истории и т.д. В работе широко использованы материалы периодической печати, итоги конкретных социологических исследований. Автор участвовал в опросах «Всероссийское исследование стиля жизни и уровней потребления», проводимых компанией «Комкон» в г. Саратове в течение 2003 г. Осуществлялся анализ статистических материалов, изучались научные статьи, материалы СМИ, монографии, использовались ресурсы глобальной сети Интернет.

¹ См.: Вебер М. Избранные произведения / Пер. с нем. Сост. Ю.Н. Давыдов.- М.: Прогресс, 1990.
Вебер М. Основные понятия стратификации // Кравченко А.И.. Социология Макса Вебера. Труд и экономика. - М.: На Воробьевых, 1997.

² См.: Бурдье П. Структуры, *habitus*, практики. // Современная социальная теория: Бурдье, Гидденс, Хабермас. - Новосибирск, 1995.

³ См.: Зиммель Г. Мода // Зиммель Г. Сочинения в 2-х тт.- М., 1999.

⁴ См.: Веблен Т. Теория праздного класса. - М.: Прогресс, 1984.

⁵ См.: Ионин Л.Г. Культура на переломе (Механизмы и направление современного культурного развития в России) //Социологические исследования. 1995. №2. С. 41. Он же. Культура и социальная структура // СОЦИС.- 1996. №3. - С. 35.

⁶ См.: Бестужев-Лада И.В. Содержание и структура категории образ жизни. // Теоретические и методологические проблемы исследования образа жизни. - М., 1979. С. 15.

Эмпирическую базу диссертационной работы составляют документальные материалы ряда государственных учреждений (Минэкономики и Минтруда РФ и г. Саратова, федеральных и областных служб статистики, занятости), а также фактический материал и результаты вторичного анализа социологических исследований, опубликованных в социологических журналах. Автор участвовал в социологических исследованиях, проводимых компанией «Комкон-Саратов», затем осуществлял анализ статистических материалов.

Научная новизна диссертационного исследования обусловлена самой постановкой проблемы, недостаточно разработанной в социологической литературе, состоит в следующем:

- дана авторская интерпретация понятия «стиль жизни семьи»;
- проанализированы механизмы формирования и динамики стиля жизни семьи в условиях трансформации российского общества;
- введена классификация стилей жизни российских семей на основе их социально-экономического положения и мотивационно-деятельностных характеристик;
- на основе результатов социологических исследований раскрыты особенности формирования стилей жизни семей г. Саратова; определены основные элементы новой модели потребления саратовских семей на современном этапе трансформации российского общества;
- обозначены условия, пути и способы оптимизации стиля жизни семьи в период формирования рыночных отношений.

Поставленные исследовательские задачи, а также методологические принципы и направления их решения определили характер основных положений, выносимых на защиту:

1. Анализ жизнедеятельности личности и социальной группы на различных уровнях обобщения является научно-методологической предпосылкой операционализации понятия «стиль жизни». Так как образ жизни отражает основные существенные социальные формы и способы связи личности с обществом, то стиль жизни как определенный тип повседневного поведения является соци-

ально-психологическим аспектом образа жизни, т.е. это поведение, детерминированное социально-демографическими особенностями группы, в котором реализуется групповые потребности, установки, ценностные ориентации и т.д., а также социально-психологические черты быта и взаимодействия между людьми, которые нередко выражают национально-этнические и социально-профессиональные черты социальной общности, группы.

2. Семью как исходную микроячейку следует рассматривать в качестве объекта социальной защиты, поскольку она в логической цепи отношений «человек – семья – общество» является связующим центральным звеном. В силу огромной важности семейного института она не может изменяться очень быстро, так как семья является фундаментальной основой построения общества.

3. Потребление является сферой социализации, формирования социальных норм, ценностей, культуры. Повышение уровня жизни семьи порождает ценностную концепцию улучшения качества ее жизни. В современной потребительской культуре понятие «стиль жизни» обозначает индивидуальность, самовыражение и стиль самосознания. Для полноценной семьи мир потребления должен быть двуедин, так как это сфера удовлетворения материальных и духовных потребностей. Большую роль в формировании потребительских предпочтений российских семей начинают играть мода и реклама.

4. На современном этапе трансформации России идет переход от некогда «могучего» унифицированного «советского» образа жизни к многообразным моделям жизнедеятельности семей. В стиле жизни отчетливо проявляются три типа поведения: «пережитки дореволюционного прошлого», «пережитки социализма» и новые черты, не наблюдавшиеся ни в советской, ни в дореволюционной России.

5. Исследование основных черт моделей потребления семей г. Саратова показало, что они соотносятся с общероссийскими. Внутри общества шло и идет преобразование моностилистической культуры в полистилистическую. Существуют факторы, которые как формируют новые стандарты в сфере потребления, так, вместе с тем, и сами являются элементами новой модели потребления

(в частности, реклама перестает быть просто рекламой – она становится образом жизни, так как формирует потребности, призывает потребителя покупать вещи, символизирующие качество жизни, социальный статус и престиж). В результате проведенного исследования сделан вывод о влиянии уровня дохода и потребления на формирование стиля жизни российских семей.

6. Стили жизни российских семей на современном этапе не приобрели самостоятельного дифференцирующего значения, а определяются социально-психологической, социально-экономической принадлежностью и мотивационно-деятельностными характеристиками.

7. Процесс формирования стиля жизни российской семьи нуждается в постоянном совершенствовании. Такое совершенствование возможно посредством оптимизации каждой стадии этого процесса в их взаимной обусловленности. В современный период перехода к рыночным отношениям происходит сложный процесс адаптации семьи к новым социально-экономическим условиям, чрезвычайно важно обеспечить становление новых, адекватных рынку институтов социальной сферы.

Научно-практическая значимость проведенного исследования заключается в приращении научных социологических знаний, в возможности использования основных положений и выводов исследования при разработке и преподавании курсов общей социологии, социологии семьи, социологии потребления. Данные выводы и практические рекомендации могут способствовать разработке мероприятий для формирования гармоничного стиля жизни семьи и его оптимизации. Содержание и результаты диссертационной работы могут служить теоретической базой для дальнейших научных изысканий жизненных стилей отечественных семей. Результаты исследования могут быть учтены в деятельности государственных и муниципальных структур, а также при разработке законодательства, связанного с целевыми социальными программами в сфере социального обеспечения и повышения уровня жизни населения.

Основные идеи, теоретические положения и выводы, практические результаты, предложения и рекомендации, содержащиеся в диссертации, излагались и

обсуждались на ежегодных научно-практических конференциях социологического факультета СГУ (2002-2003гг.); на межвузовской научно-практической конференции «Управление общественными институтами и процессами в России» (ПАГС им. П.А. Столыпина, 2002г.); на межвузовской научно-практической конференции «Молодые ученые – Саратовской области» (ПАГС им. П.А. Столыпина, 2002г.); на научных конференциях и семинарах преподавателей, аспирантов и докторантов, проходивших на социологическом факультете СГУ (2001-2004 гг.). Они отражены в четырех печатных работах, две статьи размещены в Поволжском гуманитарном Internet-журнале.

Структура работы предопределена целью и задачами исследования и состоит из введения, двух глав, первая из которых включает два параграфа, вторая – три параграфа, заключения и списка использованной литературы.

ГЛАВА 1

СТИЛЬ ЖИЗНИ СЕМЬИ КАК СОЦИАЛЬНАЯ И НАУЧНАЯ ПРОБЛЕМА

§ 1. Понятие «стиль жизни» в категориальной системе обществознания

Происходящие в обществе трансформации определяют изменения и в социальных институтах, одним из которых является семья. Семья соопределена изменениям, которые происходят в социуме и одновременно имеет собственную эволюцию, являясь таким образом ареной, на которой и благодаря которой разворачиваются взаимоотношения человека и общества¹. Изменение базовых принципов организации жизнедеятельности общества на постсоветском пространстве привело к модификации поведения всех групп населения. Последнее десятилетие, связанное с изменением функционирования каждой из подсистем общества, разрушением сложившихся традиций, верований, идеологии, привели к стилевому разнообразию жизни каждой из ячеек общества, в том числе и семьи. В эти годы изменились потребности, ценности, убеждения, традиционные формы жизни, представления о престиже, сформировались новые элиты, возникли совершенно иные социокультурные идентификации. Главным источником трансформации стиля жизни семьи в постсоветское время стало восприятие поведенческих стереотипов Запада, возврат к старинным национальным традициям. В советской социологии организация домашней повседневности (быта) и жилища, семья изучались в рамках исследований образа жизни и процессов урбанизации. Исследователи используют категорию «образа жизни» для изучения «способов организации людьми своей повседневной практики на различных уровнях социокультурного

¹См.: Пуляев В.Т. Размышления о семье российской // Социально-гуманитарные знания. – 2001. №6.

бытия (индивидуальном, групповом, общесоциальном)» (И.В. Бестужев-Лада, Е.М. Зуйкова, В.И. Рабинович, И.И. Травин и др.). Для данного исследования понятие «стиль жизни» будет являться ключевым.

Проблема стиля жизни, не нова для социологии. Категория «Стиль жизни» разрабатывалась еще социологами классического периода развития социальной мысли, в частности, М. Вебером, рассматривавшего стиль жизни как критерий социальной дифференциации, фактор, интегрирующий данную социальную группу и одновременно выступающим барьером, препятствующим переходу из одной группы в другую¹. Типы поведения людей, факторы их конституирующие изучали еще М. Вебер², Т. Веблен³, Г. Зиммель⁴. Стиль жизни изучали и советские ученые. Например, З.А. Янкова под стилем жизни понимает направленность, характер, структуру потребностей и способ их удовлетворения⁵. Обсуждая категорию «стиль жизни», В.И. Куценко вполне обоснованно отмечал, что если устанавливать связь между образом жизни и стилем жизни, то необходимо идти не путем распределения общественных явлений (например, потребностей, ценностных ориентаций) между этими категориями общественной жизни. Стиль жизни, по мнению автора, в первом приближении является не составной частью, а одной из форм проявления образа жизни, это способ утверждения и поддержания определенного единства в разнообразии процессов жизни людей. Более определенно, стиль жизни, полагает автор,— это способ, связанный с организацией единства в разнообразии, это сложное социальное явление, которое невозможно описать лишь средствами социально-психологической науки⁶.

В современных словарях под «стилем жизни» понимают определенный тип, стандарт, отличную черту, характерную манеру поведения людей,

¹ См.: Вебер М. Хозяйство и общество // Вебер М. Избранные произведения. – М., 1990. С. 575

² Там же.

³ См.: Веблен Т. Теория праздного класса, М.; 1984.

⁴ См.: Зиммель Г. Экскурс по проблеме: Как возможно общество? // Вопросы социологии. – 1993. №3. – С. 16-26

⁵ Янкова З. А. Структура городской семьи в социалистическом обществе. // Социологические исследования. – 1977. № 1. – С. 106.

⁶ См.: Куценко В. И. Философско-социологическое содержание категории «образ жизни». // Социалистический образ жизни и всестороннее развитие личности.– Киев, 1979.– С.31-32.

субъективную сторону человеческой деятельности, выражающуюся в мотивах, формах и ориентациях решений, поступков, повседневном поведении индивида, его семьи, социальной группы или слоя. «Жизненный стиль» (или «стиль жизни») – исторически изменчивая и исторически обусловленная категория, прошедшая путь трансформации от единого стиля жизни архаических обществ, характеризовавшихся естественной целостностью жизнедеятельности людей, к множеству стилей современного общества. Закономерности диверсификации поведения людей имеют универсальный характер в любом из обществ, и стили жизни в неоднородном обществе всегда многозначны.

Проведем анализ понятия «стиль», проследим особенности его функционирования как термина в различных научных дисциплинах. Само понятие «стиль» многозначно, широко используемое как в обиходном языке, так и в науке. Говорят о «стиле эпохи», архитектурном стиле, стиле одежды, стиле руководства и других стилях. Стиль как научный термин используется в различных научных дисциплинах: лингвистике, литературоведении, искусствоведении, эстетике, психологии. Существует филологическая дисциплина – стилистика, изучающая способы употребления языка в различных условиях и формах языкового общения, в различных сферах общественной жизни и в словесно-художественном творчестве, то есть по сути специально посвященная анализу стиля языка и речи. Однако кроме многозначности данного понятия существует и многозначность научного термина, породив ситуацию, которую в начале 60-х годов академик В.В. Виноградов описал следующим образом: «В области искусствознания, литературоведения и лингвистики трудно найти термин более многозначный и разноречивый – и соответствующее ему понятие – более зыбкое и субъективно неопределенное, чем термин стиль и понятие стиля»¹.

Существует комплекс разнообразных явлений, обладающих некоторыми специфическими качествами, которые обозначаются понятием «стиль». Причем

¹ Виноградов В.В. Проблема авторства и теория стилей.– М., 1961.– С.7.

эти явления принадлежат к различным сферам действительности — искусству и быту, поведению и мышлению. И, как справедливо считает П.В. Палиевский, «мы не можем теперь просто отвлечь нечто общее от всех этих непохожих друг на друга явлений, чтобы получить понятие «стиль»... Очевидно, что то понятие стиля, которое принято в современности, опирается на все то, что произошло со стилем в истории, и, чтобы разобраться в его нынешнем виде, нам необходимо прибегнуть к помощи исторического метода»¹.

Толковый словарь русского языка дает нам следующие основные случаи употребления понятия «стиль»²: I. «Совокупность художественных средств, характерных для произведения искусства какого-нибудь художника, эпохи или нации»; II. «Система языковых средств и идей, характерных для того или иного литературного произведения, жанра, автора или литературного направления»; III. «Способ, манера словесного выражения мыслей»; IV. «Характерная манера поведения, метод деятельности, совокупность приемов какой-нибудь работы».

Наибольшую дифференциацию понятие «стиль» претерпевает при рассмотрении проблемы стиля в искусстве. Здесь мы сталкиваемся с определениями стиля, различающимися даже в энциклопедических изданиях. Так, Большая Советская Энциклопедия определяет стиль в литературе и искусстве как «устойчивую целостность или общность образной системы, средств художественной выразительности, образных приемов, характеризующих произведение искусства или совокупность произведений»³. Энциклопедический музыкальный словарь дает аналогичное определение, дополненное, однако, двумя существенно важными моментами. Во-первых, подчеркивается, что стиль — это исторически сложившаяся общность образной системы, во-вторых, указывается, что эта устойчивая целостность обусловлена единством идейного содержания⁴. Еще одну характеристику мы находим в определении стиля, разработанном литературоведами. В Краткой литературной

¹ Палиевский П. В. Постановка проблемы стиля. // Теория литературы. Основные проблемы в историческом освещении. Стиль . Произведение. Литературное развитие – М., 1965.– С. 11.

² Ожегов С.И. Словарь русского языка. – М.: Изд-во «Русский язык», 1989. – С. 766.

³ Кантор А. М. Стиль. // Большая Советская Энциклопедия. – М, 1976. – Т. 24, ч. 1. – С. 514.

⁴ См.: Энциклопедический музыкальный словарь. – М.,1966.– С.491.

энциклопедии стиль определяется как «общий тип и колорит художественного произведения; метод построения образа и, следовательно, принцип мироотношения художника, которые в завершительной фазе творческого процесса как бы выступают на поверхность произведения в качестве зримого и ощущимого единства всех главных моментов художественной формы»¹. Здесь стиль представлен в динамике, как результат творческого процесса, как выражение мироотношения художника.

Таким образом, все эти определения, несмотря на имеющиеся различия, в целом тяготеют к единому пониманию стиля.

Среди различных подходов к анализу стиля, филологический является наиболее разработанным и имеющим весьма давнюю традицию. Здесь мы можем проследить собственно этимологическое значение слова «стиль», которое закрепилось как языковый термин еще в латинском языке. Понятием «стиль» обозначалась манера письма, способ изложения. Сейчас лингвисты под стилем языка понимают «разновидность языка, используемую в какой-либо типичной социальной ситуации — в быту, в семье, в официально-деловой сфере и т. д. — и отличающуюся от других разновидностей того же языка чертами лексики, фонетики, грамматики»². Понятие «стиль языка» тесно связано с разработкой представлений о «стиле речи» как «манере говорить или писать, способе языкового поведения человека в той или иной общественной среде или ситуации»³.

Существует еще одна научная дисциплина, исследующая проблемы стиля — литературоведческая стилистика. Лингвисты показали, что стиль языка художественного произведения, опираясь на разнообразные речевые стили, «образует не простой «сплав», а новое качество. Это качество обнаруживается в единстве коммуникативной и эстетической функций данного стиля. Оно-то и составляет специфику стиля художественной литературы»⁴.

¹ Черных И. Б. Стиль. // Краткая литературная энциклопедия. – М., 1972. - Т. 7.- С. 188.

² Степанов Ю. С. Стиль языка // Большая Советская Энциклопедия.– М., 1978.– Т. 24, ч. 1. – С. 517.

³ Там же.

⁴ Будагов Р. А. Человек и его язык. – М., 1976.– С. 206.

Индивидуальный стиль изучается в такой области научного знания как психология. Понятием «стиль» здесь описываются отличительные черты деятельности человека, которые обусловлены его личностными характеристиками¹. Это устойчивая система приемов и способов деятельности, обусловленная определенными личностными качествами, которая является средством приспособления к объективным требованиям².

Более широко трактуется понятие «стиль» при социально-психологическом подходе к исследованию конкретных видов деятельности: руководства, педагогического мастерства и др. Под стилем здесь, как и в общей психологии, понимается целостная, относительно устойчивая система способов деятельности, обеспечивающая эффективное выполнение субъектом своих функций. Однако иной срез исследования позволяет шире взглянуть на проблему стиля, показать, что организация элементов стиля в целостную систему осуществляется под влиянием как субъективных, так и объективных требований, предъявляемых к деятельности³.

Итак, мы получили представление о междисциплинарности понятия «стиль», зафиксировали основные значения и области применения этого понятия в различных науках. Теперь достаточно определенно можно утверждать, что перед нами понятие, «работающее» в разных сферах, описывающее различные по объему явления, то есть понятие, которому присуща высокая обобщающая способность. Наиболее удачно этот факт зафиксирован именно в философском подходе к проблеме стиля. Философская энциклопедия дает определение понятия «стиль», обладающее наибольшей степенью общности по сравнению со всеми рассмотренными выше. Стиль определяется как «характерное физиognомическое единство каких-либо явлений человеческой жизни и деятельности, типичная форма его внешнего

¹ В общей психологии бытуют и более локальные трактовки понятия «стиль», когда оно применяется для характеристики протекания отдельных психических процессов. В частности, в рамках психологии познания существует направление по исследованию когнитивных стилей.

² См.: Климов Е. А. Индивидуальный стиль деятельности. – Казань, 1969.

³ См.: Шакуров Р. Х. Психологический анализ стиля деятельности директоров школ по руководству педагогическими коллективами // Вопросы психологии.– 1974, №4.

выражения». И далее, важнейшая характеристика стиля — он «всегда связан с выражением, активным (сознательным или бессознательным) самопроявлением человека вовне»¹.

Простой логический анализ показывает, что понятие «стиль» всегда так или иначе применяется для описания человеческой деятельности, причем взятой как бы в двух аспектах. Во-первых, деятельность может рассматриваться с точки зрения характеристики способа ее осуществления. Эта сторона деятельности имеется в виду, когда говорят, например, о стиле руководства или о стиле мышления. Во-вторых, стиль является важной характеристикой продукта деятельности. В этом значении понятие «стиль» употребляется, например, в искусствоведении, где независимо от того, идет ли речь о стиле направления или индивидуальном стиле, о национальном стиле или стиле эпохи, как правило, исходным материалом для анализа является художественное произведение. В данном случае понятие «стиль» характеризует скорее не продукт деятельности как таковой, а то, как в нем воплотились существенные моменты творчества.

Один из основоположников теоретического искусствоведения немецкий ученый Г. Вельфлин считал, что история искусств по существу становится историей стиля, а стиль выступает исключительно характеристикой художественной формы. В книге А. Морье «Психология стилей» в понятии «стиль» описывается способ человеческой жизнедеятельности, он его понимает как «устройство существования, способ бытия»². Автор утверждает, что «образ действия отвечает образу чувства и мысли»³, а «стиль поведения» формируется не сам по себе, он есть результат выбора (сознательного или бессознательного) именно такого способа деятельности, который наиболее полно выражает данную индивидуальность. Таким образом, когда говорим о стиле жизни, центральным стилеобразующим компонентом является мировоззрение

¹ Стиль // Философская энциклопедия. М., 1979. Т. 5, С. 135.

² Morier K. La psychologie des styles. – Geneve, 1959. –7 р.

³ Там же, с. 58.

личности¹. Стиль выступает своеобразным выражением мировоззрения как системы принципов, взглядов и убеждений, определяющих направление деятельности и отношение к действительности. Бытие человека всегда исторически конкретно. В ходе развития общности изменяется и сущность человека. Присущий данной исторической эпохе характер общественного производства в целом специфически преломляется в сознании человека, формируя его мировоззрение. Важную роль в процессе утверждения и развития стиля жизни играет общественное сознание. Наличие такой его специфической функции позволило ряду авторов сформулировать представление о «стилеобразующем сознании исторической эпохи», которое «не может быть понято как простая сумма тех или иных отдельных проявлений культуры, оно есть целостность умонастроения и миропонимания, которое пронизывает собой все сферы человеческой деятельности и накладывает свою печать на продукты как материальной, так и духовной культуры»². Формирование и развитие сущности человека детерминируется его социально-классовой и групповой принадлежностью, осуществляется в типичных для данного периода развития; общества способах жизнедеятельности, в условиях, созданных предшествующими поколениями. Причем в отдельном индивиде человеческая сущность может воплощаться с большей или меньшей полнотой. Как отмечает; А. В. Гулыга, «...каждый индивид — дитя своей эпохи, своей страны, своей социальной группы. Но сущность нигде не может быть обнаружена в чистом виде. Она «является» и явление всегда богаче сущности»³. В сущностную характеристику понятия «стиль» входят такие признаки, на основании которых можно представить динамику стилеобразования, стиль есть результат выбора субъекта. Из множества возможных вариантов, различных средств достижения цели человек выбирает те, в которых могут максимально воплотиться его сущностные характеристики. В результате однозначной взаимосвязи этих элементов и возникает стиль как некое системное качество. Причем, чем богаче

¹ См.: Ануфриева Р.А., Головаха Е.И. и др. Стиль жизни личности. – Киев: Наукова думка, 1982.– С. 36.

² Гайденко П. П. Эволюция понятия науки – М., 1980. С. 7.

³ Гулыга А.В. Эстетика истории. – М., 1974. С. 35.

палитра возможностей той или иной деятельности, чем больше путей для самореализации и самовыражения субъекта, тем нагляднее дано в процессе и результате деятельности стилевое многообразие как следствие индивидуального выбора.

Таким образом, можно сделать вывод, что понятие «стиль» применяется для описания устойчивости и целостности, характерного единства, системы приемов и средств человеческой деятельности. Эта стилевая общность не имманентна собственно процессу или результату деятельности. Она отражает воплощение в способе деятельности единства конкретно-исторических существенных сил субъекта. Основным механизмом стилеобразования является выбор, в результате которого семья стремится найти наиболее адекватные способы для самовыражения. Этот выбор обусловлен не только мироотношением и мировоззрением человека, на процесс стилеобразования существенное влияние оказывают социально-исторические условия конкретной эпохи¹.

Категорию «стиль жизни» можно изучать не только с социологическим, но и с эстетическим, психологическим, культурно-историческим и другими аспектами данного понятия. В частности, исследуя стиль жизни семьи как культурно-историческое явление, необходимо:

1. сопоставить культурную и историческую реальность, показывая каждую исследуемую эпоху как общекультурный тип, интегрированный в определенную целостность экономическими, социальными и духовными факторами;
2. выявить специфику каждого типа культуры;
3. показать стиль жизни семьи как явление всеобщее, характерное для данной культурной традиции и исторической эпохи;
4. наметить методологически-мировоззренческие подходы к

¹ См.: Ануфриева Р. М, Головаха Е.И., Донченко Е. А. и др. Стиль жизни личности. Теоретические и методологические проблемы. – Киев: Наукова думка, 1982. – С. 66.

сравнительной типологии стилей жизни¹.

К задаче научной типизации культурно-исторических стилей жизни также можно подходить с разных точек зрения²: социологической, эстетической, психологической и др.

Понятие «стиль жизни» соотносится с такими понятиями как «уровень жизни», «качество жизни», «образ жизни». Попробуем проанализировать соотношение этих терминов, обратив внимание на категорию «образ жизни».

Образ жизни – понятие многомерное, в его состав входит множество самых разных субъектов и видов социальной активности: люди работают, отдохивают, питаются, перемещаются в пространстве и во времени, повышают квалификацию, общаются с друзьями, и т.д. Образ жизни – совокупность нескольких различных и взаимосвязанных видов социальной активности. Главными среди них являются:

1) различные виды экономической, прежде всего трудовой, деятельности - на предприятии, в организации, сфере индивидуальной трудовой занятости, самозанятости; в сфере формального и неформального сектора (экономики; на руководящих и исполнительских должностях);

2) комплекс занятий в сфере домашнего хозяйства - начиная с ухода за детьми и нетрудоспособными и кончая удовлетворением повседневных бытовых потребностей, в частности, приобретением продуктов питания, одежды и обуви, мебели и транспортных средств, покупкой и ремонтом жилья;

3) занятия в сфере образования (обучение в техникумах, институтах, на курсах; самообразование);

4) формы проведения свободного времени (отдых и развлечения, начиная с «культурного досуга» (посещения театров, просмотра кино фильмов) и кончая дискотеками, ресторанами, общением с друзьями и т.п.);

¹ См.: Ануфриева Р. М, Головаха Е.И., Донченко Е. А. и др. Стиль жизни личности. Теоретические и методологические проблемы.– Киев: Наукова думка, 1982.– С. 122.

² См.: Шульга Н.А. Критерии определения стилей жизни. // Образ жизни. Теоретические и методологические проблемы социально-психологического исследования.– Киев, 1980.– С. 156-173.

- 5) способы поддержания здоровья - занятие спортом, участие в турпоходах и др.;
- 6) участие в политической жизни страны;
- 7) трудовая и территориальная мобильность – от перемены места работы до перемены места жительства;
- 8) проявления девиантного поведения, социальные болезни¹.

Все составляющие образа жизни взаимосвязаны. Например, перемена характера труда или семейного положения приводит к изменению круга общения и видов отдыха. Это значит, что по своей природе образ жизни существенно отличается от уровня жизни. Его отличие в том, что образ жизни – это не внешние условия, находящиеся вне субъектов, а активность индивидов по приобретению тех или иных условий. Образ жизни – это характеристика не среды, а населения как такового, отвечающая на вопрос, какой характер активности людей, как оно ведет себя в тех или иных условиях, на что направляет свои жизненные силы. Именно поэтому картину уровня жизни приходится дополнять картиной образа жизни, которая показывает, как люди реализуют те условия, в которых находятся в разные периоды времени, какую активность проявляют.

Образ жизни семьи жестко зависит от экономических и политических условий, например, экономической политики государства. Еще одна структурная особенность образа жизни: он жестко связан с духовной жизнью населения. Известно, что все виды социальной активности (начиная с трудовой деятельности и кончая миграцией) регулируются характеристиками массового сознания: системой ценностей и потребностей людей, их социальными установками и интересами. Отсюда ясно, что динамика образа жизни семьи за 10 лет рыночных реформ – это многомерный исторический процесс, в котором увязывается целый комплекс перемен в разных сферах общественной жизни. В

¹ См.: Рывкина Р.В.. Образ жизни населения России: социальные последствия реформ 90-х. // СОЦИС.– 2001. №4. - С. 32.

свою очередь перемены в образе жизни населения в 90-е годы – показатель перемен в российском обществе в целом¹.

Уровень жизни определяет степень удовлетворения главным образом материальных потребностей и выражается количественно. Качество жизни характеризуется удовлетворением социальных и духовных потребностей (образование, участие в политической жизни, самоутверждение личности), следование общественному и индивидуальному идеалу, степенью свободы, условиями развития личности, наличным уровнем духовных и культурных ценностей. Смысл категории «образ жизни» в ее синтетическом характере, в том, что она не только включает, но и выявляет многообразие общего, особенного и единичного. Уровень жизни и качество жизни – выражения сущностных, устойчивых признаков образа жизни. За ними стоит и ими определяется многообразие проявлений образа жизни: мода, обычаи, ритуалы, национальные традиции, обряды, эстетические вкусы, нравственные нормы и принципы². Образ жизни исторически формируется на основе реальной социальной практики людей по осуществлению коллективного общежития и удовлетворения их наиболее типичных личных и групповых интересов и потребностей обыденного характера в относительно типичных условиях жизни данной социальной группы людей, однако по мере изменения этих условий меняются и соответствующие параметры образа жизни. В этом плане оно отличается сравнительно высокой адаптивной пластичностью, особенно когда речь идет о переменах не всей его структуры и ценностно-нормативной обусловленности, а отдельных жизнеобеспечивающих элементов.

Вместе с тем, в целом, образ жизни представляет собой одну из наименее динамичных характеристик культуры, что связано не только с феноменом его «привычности» для людей, но и с тем, что многие его черты играют значимую роль маркеров в этнической, социальной, конфессиональной и иной

¹ Р.В. Рывкина Образ жизни населения России: социальные последствия реформ 90-х. // СОЦИС.– 2001. №4.– С.11.

² См.: Бережной Н.М. Человек и его потребности. / Под ред. В.Д. Диденко. – Московский Государственный Университет Сервиса. 2000.

самоидентификации человека, являются внешним выражением его консолидированности со своей социальной средой¹. Таким образом, можно сказать, что понятие «образ жизни» — системная и нормированная совокупность форм обыденной жизнедеятельности людей, порядков и способов их повседневного существования. Как правило, в понятие «образ жизни» не включается специализированная (производственная, трудовая) деятельность человека.

Образ жизни — это прежде всего «культура потребления» различных социальных благ, отличающаяся у разных народов и у разных социальных страт выраженной спецификой. В образ жизни как систему частично входят и некоторые элементы материально-производящей практики в виде домашнего хозяйства (средств непосредственного жизнеобеспечения) — устройства жилого пространства, обеспечения продуктами питания, одеждой и предметами повседневного обихода, энергообеспечение, санитарно-гигиеническая практика и т.п.

Другой важной составляющей образа жизни является рекреация людей — восстановление их энергозатрат, снятие психических напряжений, оздоровление и пр., осуществляемые в различных формах отдыха, питания, активного или пассивного досуга, лечения, приема тонизирующих средств и т.п. Существенное место в рекреативных процессах занимает игровая досуговая практика — активная физическая и интеллектуальная или пассивная (спортивное «боление» и др.). Кроме того, понятие «образ жизни» включает и процессы саморазвития человека (физического, интеллектуального, эстетического, творческого и пр.), интимной жизни, организации обыденных социальных отношений и коммуницирование (общение), формирование и развитие образов обыденного мировосприятия, воспитание детей, заботы о собственном имидже, элементы религиозной и социальной обрядовой практики (свадьбы, похороны и т.п.) и пр. Следовательно, в понятие «образ жизни»

¹ См.: Толстых В.И. Образ жизни: понятие, реальность, проблемы. — М., 1975; Стиль жизни личности. — Киев, 1982; Культурная среда и ее освоение. — М., 1988; Орлова Э.А. Динамика культуры и целеполагающая активность человека // Морфология культуры: структура и динамика. — М., 1994.

входят такие параметры, как жизненный уклад (организационно-регулятивная составляющая), уровень жизни (характеристика объема и качества потребляемых социальных благ), стиль жизни (социально-эстетическая составляющая) и другие. На параметры образа жизни оказывают влияние социально-профессиональная и сословная принадлежность, образование, воспитание, происхождение, половозрастные критерии, вероисповедание и т.п. Основные регулятивные механизмы образа жизни – обычай, нормы социальной адекватности и критерии социальной престижности, принятые в данной среде. В параметрах данного понятия реализуется существенная часть ценностных ориентаций людей, определяются нормы их морали и нравственности, этикета, мировоззрения, социальных стандартов и т.п.

Итак, понятие «образ жизни» применяется в социальных науках для характеристики условий и особенностей повседневной жизни людей в том или ином обществе, определяется существенными чертами и особенностями определённой общественно-экономической формации. Внутри данной формации в свою очередь различают особенности образа жизни того или иного класса, социального слоя, городского и сельского населения.

Образ жизни охватывает типичный для данного общества, класса, социального слоя условия и формы жизнедеятельности людей. Они вытекают прежде всего из их способа производства. «...Способ производства надо рассматривать не только с той стороны, что он является воспроизводством физического существования индивидов. В еще большей степени, это – определенный способ деятельности данных индивидов, определенный вид их жизнедеятельности, их определенный образ жизни. Какова жизнедеятельность индивидов, таковы и они сами. То, что они собой представляют, совпадает, следовательно, с их производством – совпадает как с тем, что они производят, так и с тем, как они производят. Что представляют собой индивиды – это зависит, следовательно, от материальных условий их производства»¹. В сходном смысле классики марксизма-ленинизма нередко употребляли и

¹ Маркс К. , Энгельс Ф. Соч.– 2-е изд. М., 1964. – Т. 3 – С. 19.

понятие «уклад жизни», которое можно рассматривать как совокупность объективных компонентов «образа жизни».

Понятие «образ жизни» сопоставляется некоторыми социологами понятием «стиль жизни», который рассматривается как объект индивидуального выбора человека. По мнению американского социолога А. Тоффлера, для века научно-технической революции характерно возрастающее разнообразие «стилей жизни». «Поэтому иностранец, попадающий ныне в американское, английское, японское или шведское общество наших дней, должен выбирать не из четырех – пяти основных классовых стилей жизни, но буквально из сотен различных возможностей»¹. Существует понятие «образ жизни личности», которое фиксирует основные, существенные социальные формы и способы связи ее с обществом, характер соотношения личных и общественных интересов, потребностей, целей. Глубинная сущность образа жизни заключается в социальных принципах организации жизнедеятельности субъекта². И.В. Бестужев-Лада предложил структуру категории «образ жизни», составляющую единство: условия жизни – образ жизни – образ мыслей. Однако анализировать в единстве всех частей эту триаду очень сложно. Выход из данной ситуации возможен, по его мнению, при выделении стиля жизни в отдельную категорию. Таким образом, процесс исследования разбивается на два следующих этапа: «условия жизни + жизнедеятельность = проблематика образа жизни; поведение (как аспект жизнедеятельности) + образ мыслей (ценностные ориентации) = проблематика стиля жизни. Интеграция выводов при разработке проблематики обеих категорий позволяет получить данные не только о собственно деятельности людей и не только об ее объективных причинах, но и об ее субъективных мотивах»³.

Существует ряд причин, по которым необходимо изучать стиль жизни как самостоятельную научную категорию, среди таких причин следующие: во-

¹ Toffler A., The Future shook. – L., 1970. –306 p.

² См.: Ануфриева Р. М., Головаха Н.И., Донченко Е. А. и др. Стиль жизни личности. Теоретические и методологические проблемы. – Киев: Наукова думка, 1982. - С. 45.

³ Бестужев-Лада И.В. Содержание и структура категории образ жизни. // Теоретические и методологические проблемы исследования образа жизни. – М., 1979.– С. 15.

первых, в одних и тех же условиях, при одинаковом уровне жизни люди организуют свою жизнь различными способами, во-вторых, люди не всегда действуют под давлением обстоятельств, «бросают вызов обстоятельствам, поступают вопреки или ориентируются в своих поступках не на обстоятельства, а на определенные ценности»¹. Как субкатегорию, конкретизирующую категорию образа жизни, рассматривают стиль жизни А. П. Бутенко, А. С. Ципко, В.П. Киселев. Они считают, что стиль жизни – это «поведение личности, определяемое ею в соответствии с собственными потребностями и установками в пределах объективных возможностей, создаваемых типом и видом образа жизни»². Можно согласиться с точкой зрения В. И. Куценко, обратившего внимание на то, что недопустимо сводить понятие стиля жизни к набору сложных многомерных явлений общественного развития, таких как, например, отношению к труду, ценностным ориентациям, структуре потребностей. Он считает, что стиль жизни «является не составной частью, а одной из форм проявления образа жизни». Стиль жизни – «это способ, связанный с организацией единства в многообразии, это сложное социальное явление, которое невозможно описать лишь средствами социально-психологической науки»³.

Стиль жизни можно рассматривать и как социально-психологическое явление. Так, по мнению Л.И. Анцыферовой «Личности с разными психологическими стилями могут вести с социологической точки зрения сходный образ жизни»⁴. А. Тодоров выделяет пять наиболее существенных черт и принципов категории «стиль жизни»⁵:

1. «это форма проявления определенного образа жизни»;

¹ Там же.

² Бутенко А. П., Ципко А. С., Киселев В.П. Социалистический образ жизни (методологические проблемы исследования).– М., 1975.– С 20.

³ Социологический образ жизни и всестороннее развитие личности. - Киев, 1979. С. 32.

⁴ Анцыферова Л. И. Некоторые теоретические проблемы психологии личности. // Вопросы психологии – 1978. №1. – С. 44.

⁵ Тодоров А. Качество жизни. Критический анализ буржуазных концепций. – М., 1980. С. 72.

2. «на стиль жизни воздействуют географические условия, природные факторы, исторически создавшиеся традиции, национальные, духовные, психологические отношения, религия, обычаи и т.д.»;
3. «на стиль жизни оказывают также влияние развитие научно-технической революции и особенно последствия развития материального производства – загрязнение воздуха, воды, почвы»;
4. «так как стиль жизни – явление социальное, то оно должно неизбежно иметь классовый характер»;
5. «стиль жизни присущ и отдельной личности».

В одних и тех же условиях при одинаковом уровне жизни семьи организуют свою жизнь совершенно различными способами. Люди не всегда действуют под давлением обстоятельств, поступают вопреки или ориентируются в своих поступках не на обстоятельства, а на определенные ценности. В связи с этим многие ученые пользуются понятием «стиль жизни», которое отражает степень релевантности поведения индивида условиям жизни. Так, индивид, освобожденный от детерминирующей силы классовой принадлежности, самостоятельно и осознанно меняет свою жизнь на основе свободного выбора. Актуальность использования понятия стиль жизни можно подтвердить также следующими положениями: во-первых, происходит плюрализация и индивидуализация стилей жизни, бесконечное разнообразие которых несводимо к формам «классового поведения»; во-вторых, крайняя условность и подвижность профессиональной структуры в сегодняшней России обогащает жизненно-стилевой репертуар индивидов; в-третьих, утрата мотивирующей силы социальной мобильности.

Некоторые ученые (например, Т. Веблен¹) делают акцент на прогнозировании поведения в зависимости от жизненного стиля. Они рассматривают понятие «стиль жизни» как показатель социально-классовых различий в обществе, как критерий социальной дифференциации, фактор, интегрирующий данную социальную группу и одновременно выступающий

¹ См.: Веблен Т. Теория праздного класса. – М., 1984.

барьером, который препятствует переходу из одной группы в другую. Коренные различия между людьми в обществе зависят не от классовой принадлежности, а от возраста, принадлежности к определенному типу культуры и т.д. Так, на смену классовому приходит жизненно-стилевой подход, который в последнее время становится одной из центральных тем исследования в работах зарубежных ученых, занимающихся вопросами потребительского поведения человека, изучением форм его досуга и разработки на основе этого тех или иных средств формирования определенного стиля жизни, соответствующего тому положению, которое индивид занимает в социальной структуре общества. Таким образом, исследователи ориентируются не на группы в социальном смысле, а на множество индивидов, обладающих каким-то значимым с точки зрения данного исследования признаком.

Понятие «стиль жизни» началось развиваться с конца 1960-х годов как реакция на теорию «комассовления» культуры и однородности поведения общества, в противоположность, исследователи говорили, что современное общество делится по моделям потребительского поведения. К рассмотрению понятия «стиль жизни» можно подходить с разных точек зрения: социологической, этической, психологической и других. Психологический подход хорошо изучен психологами, в данном исследовании интересует социологический аспект понятия. Социологическое изучение стиля жизни семьи приобретает особую актуальность, ибо позволяет дать интегральную оценку происходящим в обществе переменам, определить доминирующие тенденции социального развития. Процесс формирования стиля жизни семьи осуществляется как путем «приспособления», усвоения существующих в коллективе правил и норм поведения, стереотипов деятельности, так и посредством воспроизведения, использования в деятельности ранее приобретенных стереотипов поведения, посредством обогащения социального опыта коллективным индивидуализированным формам деятельности. То есть, стиль жизни – это поведение, детерминированное социально-демографическими особенностями некой группы, в котором реализуется

групповые потребности, установки, ценностные ориентации и т.д. На поведение потребителя влияет множество внешних воздействий, основные из них – это семья, социальное и культурное окружения. Так, семья с раннего возраста воспитывает в нас потребительские взгляды – наше отношение к товарам и наши потребительские привычки. Хотя, в последние годы, такое семейное влияние уменьшилось, так как работающие родители не столь активно участвуют в воспитании детей, которые ищут социальные ценности за пределами семейного круга, а также из-за трансформации статуса престижности профессий, т.е. если раньше в процессе самоопределения молодые люди могли опереться на опыт предшествующих поколений, то сейчас они лишены такой возможности и вынуждены осваивать новый социальный опыт, полагаясь прежде всего на самих себя. Социальный слой к которому мы себя причисляем не только влияет на наше мировоззрение, но и на потребляемые нами товары и услуги. Большинство общества делится на слои, и люди в пределах одного слоя традиционно тяготеют к сходству в отношении к чему-либо, к одним и тем же символам социального положения и расходования средств, пользование одними и теми же услугами. В настоящее время, использование концепции стиля жизни идет совместно с исследованиями по маркетингу.

Различные отрасли адаптируют этот подход к своей сфере. Организации могут выбирать потенциальные целевые рынки и сопоставлять качество и образ услуг с типом потребителей, использующих эту услугу. Это способствует правильному определению конкретных целей рекламы, разработке планов сотрудничества с СМИ и т.д. Жизненно-стилевой подход также связан с большими затратами и требует тщательной методической разработки, но несмотря на эти недостатки он полностью оправдывает себя поскольку позволяет прогнозировать поведение семьи с наибольшей точностью.

По словам П. Бурдье: «...тесная корреляция между конструированными объективными вероятностями (например, доступа к определенному благу) и субъективным ожиданием агентов («мотивациями» и «потребностями») не

существует из-за того, что агенты сознательно регулируют свои ожидания в соответствии с точной оценкой своих шансов»¹. Они формулируются на протяжении длительного времени и диктуются субъективными и объективными условиями, которые генерируют предрасположенности и, в каком-то смысле, заведомо приспосабливают к их требованиям.

О. Тоффлер связывает образование стиля жизни с наличием в обществе различных субкультур. По его мнению стиль жизни – это существование субкультуры, т.е. люди помещены в различные социальные группы с особым образом жизни. Необходимо налаживать взаимодействие субкультур². Т. Веблен, М. Вебер, В. Уорнер связывали стиль жизни людей с их принадлежностью к тому или иному классу в обществе, к той или иной страте – социальному слою. Данная принадлежность людей к определенному социальному слою формирует у них определенную манеру общения с другими людьми, манера одеваться, их способ потребления, проведения досуга. В их теориях стиль жизни выступает в качестве механизма, предотвращающего нарушения барьеров между стратами, благодаря чему является средством поддержания некоторого устойчивого равновесия в обществе. М. Вебер считал, что «возможности достижения социального почета определяются прежде всего различием в стилях жизни различных групп, а следовательно, главным образом различиями в образовании»³. Здесь следует согласиться с данной точкой зрения, так как в России в условиях рыночных преобразований, когда сосуществуют и взаимодействуют платные и бесплатные образовательные услуги, профессиональная ориентация личности оказывается тесно связанной с ее социальным самоопределением. Выбор того или иного учебного заведения чаще всего означает определение своего места в социальной структуре, принадлежности к тому или иному слою общества, какому-либо стилю жизни. Так, стремление войти в состав определенной социальной группы существенно

¹Бурдье П. Структуры, *habitus*, практики. // Современная социальная теория: Бурдье, Гидденс, Хабермас. – Новосибирск, 1995. - С.16.

² См.: Toffler O. Future shock. – London, 1971.

³ Weber M. Essays in sociology. Oxford, 1946, 300 р.

влияет, например, на выбор места учебного заведения. Полностью следует согласиться и с такой точкой зрения, что «источником появления отдельных социальных страт является формирование специфических стилей жизни, и важную роль при этом играет занимаемое человеком положение – его работа»¹.

Макс Вебер определял статусную позицию как действенную социальную претензию на знатность или уважение в форме позитивных и негативных привилегий. Статус обычно основывается на специфическом стиле жизни, формальном обучении или формальном престиже, вытекающих из определенного рода деятельности. Статус, к тому же, поддерживается и выражается через ранжировку условий жизни и питания, через монопольное пользование привилегированным доступом к власти и богатству, через социальную солидарность, порождаемую брачным союзом, и, наконец, через определенные обычай и статусные условности. Под статусной группой он понимал множество социальных субъектов, которые в более широком социальном окружении успешно претендуют на специфический почет и пользуются определенными социальными привилегиями. Статусные группы – это общности, имеющие привилегированный доступ к ограниченным ресурсам, особенно если эти ресурсы влекут за собой культурные, моральные или символические атрибуты². Развитие Вебером идеи статусных групп было использовано для противопоставления марксистскому анализу экономического класса.

«Для Вебера, как и для Веблена, функция престижного потребления, то есть подчеркивание бессмысленного с прагматической точки зрения стиля потребления, требующего многих лет изучения, состояла в том, чтобы предотвратить мобильность и институционализировать привилегии тех, кто поднялся на вершину в предшествующие годы или эпохи. Поэтому статусные группы определяются по специфическим стилям жизни»³.

¹ Weber M. Theory of social and economic organization.– Oxford, 1947. – 100 p.

² Из книги: Bryan S. Turner. Status Open University. – Milton Keynes, 1988.

³ Lipset S.M. Social stratification, social class // International Encyclopedia of Social Sciences. – N.Y.: Crower Collier and Macmillan, 1968. – 302 p.

Таким образом, статусная группа – это сообщество индивидов, которые организовались для поддержания или расширения своих социальных привилегий посредством механизма социального закрытия с целью защитить существующие монопольные привилегии от посторонних. Существование статусных групп неизбежно вызывает социальный конфликт и социальную борьбу, хотя эти формы социальной борьбы часто могут быть замаскированы или скрыты.

Австрийский психолог и психиатр А. Адлер соотносит стиль жизни с индивидуумом. Характер человека, по Адлеру, вырастает из его «жизненного стиля». Последний представляет собой складывающуюся в детстве систему целенаправленных стремлений, в которых реализуется потребность в превосходстве, самоутверждении и которые выступают компенсацией чувства неполноценности. Наряду с уникальностью стиля жизни, присущего каждому индивиду, он признавал и наличие общих черт между людьми.

Реформы, происходящие в России, могут быть поняты как изменение фоновых практик, которые сопровождались появлением соответствующих идентичностей, формальных институтов и идеологий. Следуя В. Волкову¹, можно сказать, что Россия претерпела все три вида изменения фоновых практик: «артикуляцию», «реконфигурацию» и «займствование». Американский стиль жизни и способ действия попал в фокус внимания населения России, стал культивироваться и постепенно начал вытеснять советский стиль жизни. Со временем, появилась возможность его нормативного выражения и распространения в обществе. В этом и выразилась российская артикуляция. Реконфигурация для России связана с тем, что такой вид социальной практики, как демократическое реформирование экономики и образа жизни, который был из раздела фантастики, и объяснялся происками империализма и капитализма, сегодня является центральной проблемой социальной и политической системы. Что касается заимствования, то для России это явилось настоящей трагедией: на российскую почву были

¹ Волков В. О концепции практик в социальных науках // Социологические чтения. – 1997. № 2. – С. 27-49.

перенесены механизмы реформирования и модернизации стран, которые в капиталистическом мире считаются догоняющими, хотя Россия до процессов реформирования не являлась отстающей¹.

Таким образом, все имеющиеся определения понятия «стиль жизни» могут быть классифицированы на группы следующим образом:

1. По субъекту стиля жизни:

- а) говорят о стиле жизни отдельного индивида;
- б) о стиле жизни групп (например, стиле жизни семьи), члены которых находятся в психологических отношениях друг к другу;
- в) о стиле жизни класса или категории людей, которые связаны лишь тем общим категориальным признаком, на основе которого они отнесены именно к данному классу;

2. По соотношению понятия «стиль жизни» с другими категориями, например, «образом жизни». При трактовке «стиля жизни» через «образ жизни»:

- а) «стиль жизни» отождествляется с образом жизни. Данная точка зрения является неправомерной;
- б) «стиль жизни» рассматривают как понятие более узкое, чем «образ жизни»;
- в) «стиль жизни» разграничиваются с «образом жизни»².

В данном исследовании примем точку зрения Л.Г. Ионина, предложившего разработку категории «стиль жизни» применительно к постсоветской социокультурной ситуации «переходного общества» в рамках движения от «моностилистической к полистилистической культуре»³.

Обобщая указанные точки зрения, мы считаем возможным сформулировать понятие стиля жизни семьи: стиль жизни семьи – это определенный тип повседневного поведения, который отражает социально-

¹ См.: Хлопьев А.Т. Трансформация социальной системы российского общества // Социально-политический журнал. – 1995. №3. – С.24-97.

² См.: Ануфриева Р. М., Головаха Е.И., Донченко Е.А. и др. Стиль жизни личности. Теоретические и методологические проблемы. Киев: Наукова думка, 1982.

³ См.: Ионин Л. Г. Культура на переломе (Механизмы и направление современного культурного развития в России) // Социологические исследования. – 1995. №2.

психологический аспект образа ее жизни. Стиль жизни семьи фиксирует устойчиво воспроизведимые черты, привычки, вкусы, склонности и многое другое. Таким образом, можно дать следующее определение данной категории: «стиль жизни» — компонент образа жизни, характеризующий поведенческие особенности повседневной жизнедеятельности людей и их семей (в частности, ритм, интенсивность, темп жизни), а также социально-психологические черты быта и взаимодействия между людьми, которые нередко выражают национально-этнические и социально-профессиональные черты социальной общности, группы.

Следует согласиться с точкой зрения С.П. Карабанова, выделившего три следующих уровня в структуре стиля жизни:

- а) характерные особенности повседневного поведения, вырабатывающиеся в типичных для индивида манерах поведения, проявляющихся с определенным постоянством во всех выполняемых им видах деятельности. Данные стилевые особенности поведения могут быть сгруппированы в следующие три: динамические, вербальные, аксессуарные;
- б) уровень анализа результативности деятельности, под которой понимается совокупный результат осуществления определенного вида деятельности;
- в) третий уровень подразумевает исследование включенности в деятельность, т.е. степень освоения индивидом возможных средств и условий жизнедеятельности, способствующих повышению результата¹.

Таким образом, автор делает вывод, что категория стиль жизни семьи выполняет не только функцию дифференциирующую, выделяя вариантное в образе жизни, но одновременно обобщающую, в частности, обобщение касается группы, определенного множества людей, одинаково ведущих себя, использующих общие, единые способы жизнедеятельности; во-вторых, стиль жизни семьи отражает не один из видов ее деятельности, а особенности ее

¹ Карабанов С.Г. Стиль жизни молодежи в условиях трансформации современной России. - Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата социологических наук. ВГУ, 2003.

образа жизни в целом; в-третьих, стиль жизни является научной категорией, которая фиксирует не единичное, случайное, а отражает устойчивое, повторяющееся в способе жизнедеятельности семьи на протяжении длительного отрезка времени.

К факторам, конструирующим жизненные стили семьи, мы относим условия бытия, традиции и содержащиеся в них явные или латентные правила интерпретации, оценки жизненных феноменов, а также институциональные образования, характерные для доминирующих групп. При этом исходим из того, что ценности, нормы, каноны влияют на поведение людей лишь в той мере, в какой члены общества их активно разделяют либо пассивно признают. Мы считаем мощным фактором стилевой дифференциации ускоряющийся сегодня процесс глобализации.

Диверсификация стилей жизни семьи и их презентация в последнее десятилетие стали возможны благодаря возникновению определенных условий: прежде всего, появлению новых экономических, информационных, культурных, политических возможностей и осознанию этих возможностей, затем, росту толерантности граждан, готовности жить в достаточно сложной полистилистической среде, и, наконец, усилинию официальной поддержки, попыткам формального закрепления правил взаимодействия различных стилей в повседневной жизни. Особенно благоприятные условия для интенсивных трансформаций стилей повседневной жизни семьи и их демонстрации сложились в крупных городах, где отмечается большая анонимность поведения населения, своего рода отстраненность людей друг от друга, безразличие к тем, кто рядом.

§ 2. Методологические подходы к анализу жизнедеятельности современной семьи

На протяжении почти всего XX века Россия находилась в кризисе институциональных структур общества. Почти сто лет происходит ломка, модернизация, возникновение новых социальных образцов, утрата старых в сфере семейных отношений. Семья как структурообразующая система общественной жизни фокусирует все кардинальные изменения, происходящие в обществе. Она является единственным социальным институтом, в котором происходит рождение новых поколений, благодаря чему формируются основные социально-демократические процессы, и происходит передача традиционной информации от родителей к детям. Именно семья – это первая «мастерская», куда поступает родившийся индивид для «переделки». Она – первый скульптор, она же наносит первые и на всю жизнь неизгладимые черты будущего человека¹.

В силу огромной важности семейного института он не может изменяться очень быстро, так как семья является фундаментальной основой построения общества. Однако при внешних потрясениях она остается мало измененной. Но из сказанного следует и обратный вывод. Раз семья – фундаментальный социальный институт, то серьезное изменение в ней означает начало глубочайших изменений во всех этажах социального здания.

В нашей стране возникли новые, по сравнению с советским периодом, семейные структуры, перераспределились акценты в выполнении социальных и индивидуально-личностных функций, стремительно меняется позиция в отношении числа детей. Теоретико-методологический анализ состояния семьи как социальной структуры в условиях трансформации российского общества является не только своевременным, но и крайне необходимым.

¹ Педагогическое наследие русского зарубежья, 20-е годы./ Сост. П.В. Алексеев. – М.: Просвещение, 1993. – С. 38.

Современная отечественная социология семьи (фамилистика) предлагает ряд концептуальных подходов при анализе тенденций развития российской семьи. При всем разнообразии мнений они сводятся к трем ключевым позициям¹:

1. идет нормальная трансформация традиционной семьи в современную под влиянием социокультурной модернизации. Семейные отношения в соответствии с объективным ходом истории подвергаются воздействию нескольких этапов общественного развития, последовательно трансформируясь от семьи в условиях раннего индустриализма к постиндустриальному. Трансформация традиционной семьи оценивается как прогрессивная эволюция, неизбежная под влиянием объективных факторов. Российская семья в своем развитии включена в общеисторический процесс;
2. в России происходит кризис института семьи, глубокая деградация в революционной форме;
3. трансформация семьи – мировой процесс; кризис – условие, в котором происходит модернизация российской семьи. Большую роль в функционировании последней играли особенности социальной политики советского государства и идеологические установки антисемейного характера, нацеленные на ликвидацию индивидуального домашнего хозяйства.

Третья точка зрения представляется автору самой достоверной в научном отношении, следует с ней согласиться.

Обоснование происхождения и развития семьи дали К. Маркс и Ф. Энгельс. Они утверждали, что экономические отношения, составляющие основу общественно-экономических формаций, являются в то же время и основой семьи. К. Маркс отмечал, что «семья должна развиваться по мере того, как развивается общество, и должна изменяться по мере того, как изменяется общество». Ф. Энгельс показал, что вместе с развитием общества и семья, как его важнейшая ячейка, под влиянием социально-экономических условий переходит из низшей, формы в высшую. В.И. Ленин также отметил, что в

¹ См.: Черняк Е.М. Социология семьи. – М.: Дашков и К°, 2003.- С. 187.

развитии семьи определяющим фактором были и будут социально-экономические отношения. Значит, семья является продуктом исторического развития, и каждая общественно-экономическая формация имеет присущие только ей брачно-семейные отношения.

Трансформации семьи в новое время исследовались учеными двадцатого столетия. В более обобщенном и целостном виде их изложил известный русско-американский социолог П.А. Сорокин¹, поместив семью как организованную социальную группу в основание иерархии социальных структур. Им впервые разведены функции семьи и других социальных институтов, прежде всего – наследования социального статуса родителей, образования и воспитания. Сорокину же принадлежит тезис о том, что семья как элементарная общественная группа «не может быть продолжаема и передаваема»², а как отдельное ядро не может быть и делима. Он выделяет три типа семейной организации:

1. тип семьи патриархальной;
2. тип семьи неустойчивой, ложно-индивидуалистической;
3. тип семьи индивидуалистической.

Именно из лона семьи третьего типа выходят люди энергичные, знающие, полные воли, с громадной инициативой, не полагающиеся ни на кого, кроме себя, все проверяющие своим опытом. На первом плане здесь – личность. Народ, имеющий такую семью, народ энергичный, сильный, творческий, непобедимый.

Нельзя забывать о том, что одна из основных задач семьи как социальной общности – адаптация индивида к изменяющимся социальным условиям. Важно также отметить тот факт, что в нашем обществе произошла смена позиций во взаимодействии трех разноуровневых субъектов: общества, семьи как малой группы и индивида. Если в дореформенный период иерархия их взаимоотношений напоминала пирамиду, в основании которой находился

¹ См.: Сорокин П.А. Человек. Цивилизация. Общество. – М.: Политиздат, 1992. Сорокин П.А. Система социологии. – М.: Наука, 1993. – Т. 1.

² См.: Сорокин П.А. Система социологии. – М.: Наука, 1993. -Т. 1.

индивиду, а на вершине – общество, то сегодня позиции кардинально поменялись: индивид занял верхнюю, лидирующую позицию, тогда как общество оказалось в нижней, подчиненной. Семья сохранила свое центральное в иерархии место, по-прежнему являясь каналом разрешения противоречий между социумом и индивидом¹.

Из этого становится ясным:

1. Огромное значение семьи в деле формирования личности.
2. Значительное влияние ее на общественный строй и исторические судьбы народа.

В России на 1 декабря 2003 года было зарегистрировано 997,3 тысяч браков, разводов – 732 тысячи. По сравнению с 2002 годом количество браков возросло на 49,4тыс., соответственно, количество разводов уменьшилось на 52,8тыс².

Все социологические, статистические, публицистические материалы констатируют глубокий структурный и функциональный кризис института семьи. Обследование семей различного социально-демографического типа позволило установить, что в современных условиях за чертой бедности оказались не только социально-увязимые семьи: многодетные, неполные, семьи инвалидов, но и семьи, считавшиеся благополучными, имеющие трудоспособных членов.

Объективно на семейный образ жизни влияют такие факторы, как разложение сложившейся социальной инфраструктуры, разрушение общественных фондов потребления при низком уровне реальных доходов большинства российских семей, коммерциализация сфер здравоохранения и образования, нестабильность доходов, рост безработицы. Приватизация и формирование множественности форм собственности превратили экономику в многоукладную. Произошло изменение отношений субъектов рынка труда. «Общество трудящихся» внезапно раскололось на работодателей и наемных

¹ См.: Карцева Л.В. Модель семьи в условиях трансформации российского общества. // СОЦИС, 2003.

№7.

² Ежегодный статистический сборник РФ.– М., 2003 г.

работников. Исчезла социальная однородность общества. По мере становления рыночных отношений укрепляется семейный потенциал на уровне социальной, экономической активности у предпринимателей, фермеров, занятых коммерческой деятельностью наемных работников. У тех групп семей, которые не смогли адаптироваться к новым условиям, происходит падение уровня жизни и социально-психологического самочувствия. Происходит резкая дифференциация доходов семей. Массовая бедность населения – трагический водораздел между советской и демократической Россией. К бедным относят людей, не имеющих средств на минимальный национальный стандарт потребления – « прожиточный минимум ». Большинство бедных в России – это семьи с детьми трудоспособных работающих родителей. Бедность неоднородна. Среди более 30 млн. бедных более 3 млн. находятся в « состоянии выживания ». Это прежде всего семьи безработных одиноких матерей. Существует и другая форма бедности – социальная, связанная с минимумом социальной обеспеченности. В этих пределах живет более 60% россиян¹. Бедные семьи среди семей с детьми составляют половину, с тремя детьми – 85%, с четырьмя – 90%. При этом в многодетных семьях воспитываются 20% всех детей².

В последние годы наступила резкая социальная поляризация населения. Семья теряет возможность осуществлять экономическую функцию. Крайнюю тревогу вызывает потеря относительно высокого социального статуса семьи интеллигенции: ученых, учителей, врачей, инженерно-технических работников, служащих. Многие из них вынуждены прекращать свою профессиональную деятельность и переходить в менее престижные сферы деятельности либо эмигрировать. Однако, наряду с бедными, появились обеспеченные и даже богатые семьи, получившие название « новые русские ». Процветающие семьи составляют 10% российских семей.

¹ См.: Ржаницина Л.С. О бедности в России: причины, состав, профилактика семей // Семья в России.– 1997. №1. С. 91; 1997. №3. С. 9.

² См.: Панкратьева Н.В. Экономическое положение многодетных семей и проблемы их социальной защиты // Семья в России. – 1997. №1.

Известный социолог М.С. Мацковский предложил следующую классификацию российских семей¹:

Маргинальная семья имеет люмпенизированный характер. Эта семья в силу разных причин отличается крайней бедностью, алкоголизмом, болезнями, она не может осуществлять свои основные функции, создать нормальные условия социализации детей. Как правило, их отличают крайне низкие доходы, высокий уровень потребления алкоголя, наркотиков, плохие жилищные условия или вообще отсутствие пригодного для жизни жилья.

Кризисная семья находится ниже черты бедности, имеет проблемы, связанные с физическим выживанием.

Благополучная семья может решить свои проблемы без внешней помощи, но она не в состоянии пользоваться дорогостоящими услугами.

Процветающая семья имеет высокие доходы, позволяющие реализовать все виды дорогостоящих услуг.

Также можно предложить следующее разделение семей по уровню обеспеченности: бедные (маргинальные и кризисные семьи), средне обеспеченные, состоятельные.

Попробуем взглянуть на модель современной семьи. Назовем ее эгалитарно-нуклеарной. Какова структура семьи? Основой ее являются супруги (нуклеарность). Именно эти люди, состоящие в браке, определяют стиль жизни семьи, решают все семейные проблемы. Причем оба имеют одинаковые права и обязанности во всех областях семейной жизни (эгалитарность). Такая семья чаще всего двупоколенная – родители и их дети. Родители как экономически самостоятельная часть семьи обеспечивают ее существование и одновременно управляют ей. Дети растут в семье, являются иждивенцами. Численный состав такой семьи 3-5 человек. Родственные отношения вне такой семьи не обязательны и устанавливаются только по желанию членов семьи. Наиболее характерной чертой такой семьи является ее эгалитарность в распределении семейных обязанностей. В ней не существует общих предписаний по

¹ См.: Мацковский М.С. Российская семья в изменяющемся мире // Семья в России. – 1995. №3-4. С. 32-34.

распределению обязанностей, и тем более нет никаких предписаний поведения. В каждой ситуации, при изменения положения семьи, структуры и отношений в семье семейные обязанности могут быть заново перераспределены по договору между супругами. Это существенно усложняет установление и поддержание таких взаимоотношений, (так как требуется постоянный учет интересов и желаний партнера), но при этом создает индивидуализированные парные взаимоотношения как супружеские, так и родительско-детские. И эти отношения наилучшим образом соответствуют этим людям.

По определению Н. Я Соловьева, семья – это «малая социальная группа общества, важнейшая форма организации личного быта, основанная на супружеском союзе и родственных связях, т. е. отношениях между мужем и женой, родителями и детьми, братьями и сестрами, и другими родственниками, живущими вместе и ведущими общее хозяйство»¹. Жизнь семьи характеризуется материальными и духовными процессами. Через семью сменяются поколения людей, в ней человек рождается, через нее продолжается род. Семья, ее формы и функции напрямую зависят от общественных отношений в целом, а также от уровня культурного развития общества. Естественно, чем выше культура общества, тем выше культура семьи.

Понятие семья не следует путать с понятием брак. Семья представляет собой более сложную систему отношений, чем брак, так как она объединяет не только супружей, но и их детей, других родственников.

Одной из многих наук, имеющих общий с социологией семьи объект, является демография семьи,² предмет и задачи которой в настоящее время активно обсуждаются. Демография семьи рассматривается как наука, предметом которой являются закономерности формирования, функционирования и распада семейно-родственных групп и домохозяйств.

¹ Алешина Ю. Е. Индивидуальное и семейное психологическое консультирование.– М.,1993.- С. 175.

² См., например, Антонов А.И., Медков В.М., Нетрусов М.А. Демография семьи – проблемы моделирования семейного цикла жизни // Вестник Московского университета. – Серия 18. Социология и политология. – № 2. – С.97-108. Елизаров В.В., Зверева Н.В., Калабихина И.Е. Основные направления комплексного подхода к исследованию семьи и домохозяйства. Определение понятий // Домохозяйство, семья и семейная политика. – М. – С.7-14. Зверева Н.В., Калабихина И.Е., Калмыкова Н.М., Гукова Е.Г., Тышкевич В.П. Методы изучения семьи и домохозяйства и проблемы их информационного обеспечения // Домохозяйство, семья и семейная политика. – М. – С.43-57.

Необходимость дополнения традиционного демографического анализа, в центре которого индивид, лишенный каких-либо иных характеристик кроме пола и возраста, обращением к демографии семьи, необходимость включения именно семьи как объекта исследования и одновременно единицы наблюдения, обусловлено тем, что «индивидуалистическая» демография близка к исчерпанию своего эвристического и прогностического потенциала.

Современные исследователи семьи указывают пять основных аспектов, в которых семья рассматривается как объект исследования:

1.Семья как статистическая единица учета и наблюдения, как носитель определенных характеристик.

2.Семья как совокупность индивидуумов – носителей определенных социально-демографических ролей.

3.Семья как динамическая последовательность фаз «жизненного цикла».

4.Семья как носитель определенных функций.

5.Семья как система, как диалектическая совокупность различных внутренних микроструктур: экономической, социальной, психологической, биологической, которые развиваются в тесном взаимодействии друг с другом.

Семья представляет собой сложное социальное образование и потому многозначное: с одной стороны, понятие социального института раскрывает значение семьи в широкой социальной перспективе во взаимосвязи с другими социальными институтами и с социальными процессами изменения, развития, модернизации; с другой стороны, понимание семьи как малой социальной группы сфокусировано на закономерностях становления, функционирования и распада семьи как автономной целостности. Разграничение особенностей семьи как института и как группы позволяет рассматривать осуществление посреднической роли, так сказать, на макро- и микроуровнях анализа. Но это не означает вовсе удвоения предмета – это разные аспекты единого поля деятельности. При изучении семьи как социально-психологической группы взаимосвязь личности и общества рассматривается на уровне первичных, межличностных отношений. Проводимые в рамках данного подхода

эмпирические исследования взаимоотношений в семье концентрируются на взаимодействиях членов семьи в различных социальных и семейных ситуациях, на организации семейной жизни и факторах устойчивости семьи как группы.

На протяжении XX столетия патриархально-традиционный образ семейной жизни, характеризующийся подчиненным положением женщины и выраженным главенством мужа, почти нерегулируемым уровнем рождаемости и наличием нескольких поколений в семье, постепенно заменяется на эгалитарный. Характерными для него являются равноправие супругов, сознательное регулирование деторождения, усиление роли межличностного общения и отчетливое стремление к нуклеаризации семейной группы. Включение молодого поколения в культурную традицию делегированы обществу и государству. Возникшие в связи с этим проблемы преемственности культуры, отношения различных субкультур, на рубеже веков стали не просто актуальной, но трудно разрешимой проблемой.

Стабильность семьи зависит одновременно и от внешних, социокультурных влияний, и от внутренних взаимодействий. Согласно Парсонсу семья не противостоит обществу, она его подсистема, обеспечивающая стабильность социума в целом благодаря установлению «инструментальных» отношений с другими социальными подсистемами и структурами, а также «экспрессивных» отношений внутри самой семьи, благодаря сохранению равновесия в межличностной динамике, сохранению интегративных тенденций.

По мнению К. Девиса, переход от традиционных форм семьи к современным связан, прежде всего, с трансформацией социокультурных норм высокой рождаемости и распространением социальных норм низкой рождаемости. Другими словами, в изменении системы ценностей и социальных норм брака и семьи, а не в замене жесткого внешнего давления, принуждения к семейной жизни внутренними силами сохранения брачно-семейной сплоченности следует видеть истоки семейных изменений. Причем распад ценностной системы, поддерживавший расширенную семью, не означает

автоматического появления в нуклеарной семье такой «взаимной привязанности», которая вне всяких внешних общественных влияний способна обеспечить общественно-значимые функции по воспроизведству населения и социализации новых поколений.

Статистически-демографический анализ показывает, что наиболее распространенной для России становится семья не ориентированная на рождение детей и неэффективная с точки зрения социализации детей (семьи неполные, однодетные, конфликтные). Поведение брачных партнеров все меньше мотивировано на детскo-родительскую функцию (как смыслообразующую для семьи).

Семья есть единство трех типов отношений – супружеских, родительских и детских. Дети являются самостоятельной ценностью. Экономический кризис может лишь уменьшить количество их рождений, но не уничтожить саму потребность в них как таковую. Этот факт – серьезный аргумент в защиту незыблемости позиций семьи как малой группы (формальной или неформальной) в массовом сознании и поведении.

Внутрисемейные отношения могут быть как и персональные (отношения между матерью и сыном), так и групповые (между родителями и детьми или между супружескими парами в больших семьях).

Сущность семьи отражается в ее функциях, в структуре и в ролевом поведении ее членов. Важнейшими функциями семьи являются: репродуктивная, хозяйственно-потребительская, воспитательная и восстановительная. Репродуктивная функция включает в себя воспроизведение в детях численности родителей, т.е. принимает участие в количественном и качественном воспроизведстве населения. Можно сказать, что это самая важная функция. Хозяйственно-потребительская функция семьи охватывает различные аспекты семейных отношений. Это ведение домашнего хозяйства, соблюдение домашнего бюджета, управление семьей, проблема женского труда и т.п.

Семья как первичная ячейка является воспитательной колыбелью человечества. В семье главным образом воспитываются дети. Здесь ребенок

получает первые трудовые навыки. У него развивается умение ценить и уважать труд людей, он приобретает опыт заботы о родителях, родных и близких, учится разумному потреблению различных материальных благ, накапливает опыт общения с деньгами.

Восстановительная функция семьи состоит в поддержании здоровья, жизненного тонуса, организации досуга и отдыха, семья становится оздоровительной средой, где любой член семьи вправе надеяться на заботливое отношение родных и близких. Для этого требуется не только нравственно-психологическая подготовка, но и соблюдение режима труда и отдыха, режима питания и прочее.

Организация досуга играет большую роль в восстановлении. Досуг служит средством восстановления физических и духовных сил человека. Часто досуг происходит у каждого по-своему. Кто-то смотрит ТВ, слушает музыку и т.д. это является пассивным отдыхом. Человек нуждается в активном отдыхе – путешествия, прогулки. Это приносит больше здоровья для семьи в целом и каждого её члена.

Под структурой семьи понимается совокупность отношений между ее членами, включая помимо отношений родства и систему духовных, нравственных отношений, в том числе отношений власти, авторитета, и т.д. Выделяют авторитарную структуру, где семьи делятся на авторитарные и демократические. Аналог этому – деление на патриархальные, матриархальные и эгалитарные семьи. Эгалитарные семьи в настоящий момент занимают лидирующее положение в развитых странах.

Ролевое взаимодействие в семье есть совокупность норм и образцов поведения одних членов семьи по отношению к другим. Традиционные роли, когда женщина вела домашнее хозяйство, воспитывала детей, а муж был хозяином, собственником имущества и обеспечивал экономическую самостоятельность семьи, изменились. На сегодняшний день подавляющее число женщин участвуют в производственной деятельности, экономическом обеспечении семьи, принимают равное участие в общественных решениях. С

одной стороны это способствовало развитию женщины как личности, равности супругов, но с другой – привело к снижению уровня рождаемости и увеличению числа разводов. В 1991 году, когда проводилось Европейское сравнительное исследование, женщины составляли 53% от общего числа занятых в хозяйстве России¹. Доля женщин в общей численности специалистов с высшим и средним образованием также превосходила соответствующий показатель у мужчин и постоянно увеличивалась². При этом нельзя не учитывать, что в 1991 году начались изменения, которые все более усложняли возможности сочетания женщинами семейной и профессиональной ролей, хотя общий уровень женской занятости, по оценкам специалистов составляющий 90% среди женщин трудоспособного возраста, не изменился. Так, в 1991 году в связи с закрытием предприятий бытового обслуживания на 37% сократились физические объемы бытового обслуживания населения, а в связи с недостатком средств на содержание детских садов снизилось – хотя еще и незначительно – число детей, посещавших их (если в 1990 году детские сады посещало 66,6% детей дошкольного возраста, то в 1991 году их численность составила 64%). Наконец, именно в 1991 году в России была официально признана безработица, которая, как и следовало ожидать, коснулась прежде всего женщин, имеющих малолетних детей³.

Говоря о результатах реформирования российского общества в 90-е годы, нельзя обойти вниманием процессы, происходящие в социальной жизни. При их упоминании обычно концентрируется внимание на проблемах кричащей дифференциации доходов разных групп населения, на распространении нищеты, безработице и многих других острых проблемах. Но обычно вне поля зрения остается не менее актуальная социальная деформация. А именно, рассогласование (точнее – противоречие) между высоким социально-профессиональным положением людей и их реальным социальным статусом в обществе.

¹ См.: Антонов А.И., Медков В.М. Социология семьи.– М.: Изд-во МГУ, 1996.

² См.: Антонов А.И. Микросоциология семьи: методология исследования структур и процессов. – М.: Издат. Дом Nota Bene, 1998.

³ См.: Антонов А.И., Сорокин С.А. Судьба России XXI века. - М.: 2000.

Имеющийся разрыв между трудом и его оплатой дополняется часто наблюдаемым рассогласованием между такими важнейшими социальными признаками людей, как образование, возраст, профессиональная квалификация, опыт трудовой деятельности и их социально-статусным положением. Например, основная масса работников образования, здравоохранения, культуры и искусства, военнослужащих инженерно-технических работников, обладая сравнительно высоким уровнем образовательной и профессиональной подготовки, оказалась в положении социальных аутсайдеров. Это губительно сказывается на человеческих ресурсах подъема экономики, подтачивает социальную базу прогресса российского общества.

В данном случае имеется в виду то, что из сознания и образа жизни большей массы населения опережающими темпами в сравнении с реальным снижением уровня жизни вымываются сложные социокультурные потребности – в содержательном отдыхе, образовании, приобретении профессии по душе, в повышении деловой квалификации и т.д. Материалы социологических исследований говорят о том, что значительная часть опрашиваемых людей в возрасте 18 лет и старше живет одним днем, не заботится (точнее не имеют возможности заботиться) о собственном физическом развитии и укреплении здоровья, не испытывает потребности в чтении художественной литературы, в обращении к искусству и т.д. Этот процесс выглядит как своеобразная социальная мутация, суть которой выражается в утрате тех социальных качеств, которые свойственны человеку как творцу.

Отмечая это, надо иметь в виду, что, будучи зависимыми от состояния экономики, социальные процессы в конечном счете образуют достаточно жесткие рамки ее функционирования, а также оказывают большое влияние на становление политической системы новой России, на взаимодействие государства с гражданским обществом. Причем, как представляется, социальные процессы не менее, а, может быть, и более инерционны в сравнении с чисто экономическими механизмами. Они обладают огромным кумулятивным эффектом, то есть накапливают прямые и косвенные следствия

социально экономических изменений, которые бумерангом возвращаются в хозяйственную практику через сознание и поведение людей. Отрицательный кумулятивный эффект, связанный с нынешней деградацией социальной сферы и неблагоприятными трансформациями социокультурного характера, вполне может оказывать длительное дестабилизирующее влияние на общество и при изменении экономического положения в лучшую сторону.

Система образования влияет на все сферы общественной жизни, в частности и на семью. Например, образовательный уровень супругов во многих случаях влияет на стабильность семьи. Стремление получить высшее образование, обеспечивающее получение профессии и открывающее путь к самостоятельности каждого из супругов, является составляющей стиля жизни современной российской семьи. От уровня образования зависят и установки на семейно-брачные отношения; к примеру, среди ценностей семейной жизни среди студентов ведущее место занимают психологическая и репродуктивная функции семьи. Респонденты выделяют в качестве главных факторов супружеских отношений взаимопонимание супругов, общность принципов, ценностей и норм поведения. Кроме этого система образования на уровне общеобразовательной школы помогает закладывать необходимые установки на семью и брак, организуя определенные дисциплины в школе¹. Одновременно с этим, семья влияет на образование. Ни для кого не секрет, что установка на учебу детей закладывается прежде всего в семье и это во многом определяет состояние современной общеобразовательной школы. В условиях отхода от тоталитарного огосударствления всех сфер жизни возрастает роль семьи в социализации личности и в особенности, как подчеркивал Т. Парсонс, в «протосоциализации». Формирование, развитие и угасание различных моделей социализации молодого поколения происходят постоянно. Но на эти проблемы, свойственные любому обществу, накладываются специфические особенности России.

¹ См.: Шелер М. Формы знания и образования: Пер. с нем. // Человек. -1992. № 5. С. 69-80.

Преобразования в России привели к ломке старых ценностей и стереотипов: кризис и практическое исчезновение патриархальной семьи, радикальная трансформация образа жизни и культуры, одним из элементов которой стала множественность моделей поведения и стилей жизни¹. В исследовании, выполненном в 1997 г. Т. Кутковец и А. Зубовым², последний делает вывод о доминировании протестантских ценностей над традиционно православными. «...Русский народ и раньше был, при всем своем «идеализме», скорее протестантски деятельным, нежели православно аскетичным. Скорее персоналистичным, нежели общественным». Однако при всей правдоподобности указанной тенденции, говорить о формировании в современной России протестантской этики, вероятно, преждевременно. Скорее речь идет о «протестантизации» в рамках традиционной православной институциональности, как это происходило в свое время в странах традиционного католичества. Так в целом вне рамок протестантской этики остаются взаимоотношения между индивидом и обществом (государство можно обмануть или обокрасть), более жесткая, чем в Северной Европе (хотя и только на парадном уровне) сексуальная мораль и т.д. В то же время обращает на себя внимание низкий уровень страха смерти (менее 5%) и посмертных мук (то есть осознания греховности бытия, характерного для традиционных культур – менее 2%). «Нравственно-конструктивное протестантское отношение к жизни приводит к приращению материального и интеллектуального богатства, к упрочению рыночных отношений и в экономике, и в политике... Нравственно-эскалистская православная жизненная позиция приводит к утверждению стабильного, но статичного политического и хозяйственного организма, в котором рыночные отношения и демократия отсутствуют вовсе; цинично-секулярное отношение к жизни придает обществу большой динамизм, но лишает его стабильности»³. По мнению А. Зубова, «в системе протестантских ценностей богатство есть награда Господа за честный и упорный труд». Это

¹См.: Бестужев-Лада И.В. Модернизация школы // Народное образование. - 1990. №8. – С. 35-40.

² Зубов А. Единство и разделения современного русского общества. // Знамя. – 1998. № 11. С.161-194.

³ Там же. С.163.

подтверждают следующие данные цитируемого исследования. Так на вопросы об отношении к богатству были получены такие результаты:

- «Богатство лучше бедности, но и бедняку, и богачу нужно быть бережливым и жить скромно и достойно» – 46,1%;
- «Не стоит стремиться к богатству, поскольку честно его не наживешь, жизнь бедняка, как правило, праведнее жизни богача» – 25,7%;
- «Богатство – это всегда хорошо, а бедность – всегда плохо, нужно стремиться к богатству и избегать бедности» – 28,1%.

«7/10 бедняков отвергают возможность приобретения богатства венеравственными средствами и объясняют свое жалкое материальное состояние высокими моральными доводами¹. «Русские люди сегодня большей частью хотят честно нажитого богатства, не смущающего совесть. Но если на их долю все же выпадает бедность, то и ее они готовы переносить достойно. Народ, в котором главенствуют такие убеждения, имеет шанс возродить и себя, и ту землю, на которой ему суждено было родиться»².

Автор делает вывод о том, что для современной российской семьи характерно умение отчуждать неприемлемые для себя ориентиры, подвергать их критическому осуждению. Каждый из членов семьи пытается найти свой реальный жизненный путь в современном трансформирующемся обществе, однако наблюдается социальная незащищенность и неадаптированность людей в социально-экономической среде. Все эти факторы влияют на формирование жизненного стиля современной российской семьи.

С учетом современных реалий в развитии института семьи английский социолог Энтони Гидденс³ определяет семью как ячейку общества, состоящую из людей, которые поддерживают друг друга одним или несколькими способами, например, социально, экономически или психологически (любовь, забота, привязанность), либо чьи члены отождествляются друг с другом как

¹ Зубов А. Единство и разделения современного русского общества. // Знамя. – 1998. № 11. С. 174-175.

² Там же, с. 177.

³ См.: Giddens A. The Transformation of Intimacy: Sexuality, Love and Eroticism in Modern Societies.– Stanford: Stanford univ. press, 1992.

поддерживающая ячейка¹. Подход Гидденса отражает многообразие существующих жизненных укладов и одновременно порождает вопрос о том, какие уклады могут быть отнесены к «настоящим семьям». Этот вопрос наиболее актуален в проведении государственной семейной политики. Тенденция последних двух десятилетий состоит в том, что государство постепенно расширяет социальные гарантии в отношении незарегистрированных супружеских пар и их детей. Примечательная особенность последних лет – разделение родительства и супружества. В настоящее время единое представление о семье вообще все более размывается. Взамен формируются различные концепции семьи, отвечающие потребностям конкретной практики (в частности, при научном обосновании социальной политики в отношении семьи, социальной работы и проведении эмпирических исследований).

Таким образом, сегодня уместно говорить не о «семье» вообще, а о различных типах семей. Ответ на вопрос, что такое семья, может состоять либо в сужении объема понятия (например, считать семьей лишь такие общности, где есть зависимые члены – несовершеннолетние, инвалиды или пожилые), либо в выделении различных типов семей как особого рода малых групп².

Интересно, что совместная жизнь с родителями одного из супружеских пар принимается российскими респондентами еще в меньшей степени, чем вариант незарегистрированного брака. Наиболее положительно многопоколенную семью оценивают незамужние матери – вероятно, они имеют в виду прежде всего помочь в воспитании детей, которую оказывают в этом случае бабушки. Это свидетельствует, конечно, об особых трудностях положения (быта, финансовой ситуации) незамужних матерей в России. И все-таки можно сказать, что «институт бабушек», считавшийся одной из достопримечательностей советской семьи, все более уходит в прошлое, все меньше принимается как норма для городской семьи, в которой растет ребенок-

¹ См.: Томпсон Дж. Л., Пристли Дж. Социология.– М.: АСТ, 1998. С. 162.

² См.: Гурко Т.А. Трансформация института современной семьи // Социологические исследования. – 1995. № 10.– С. 95 – 99.

дошкольник. Данные свидетельствуют о том, что нормой стала нуклеарная семья, а значение родительской, в том числе отцовской роли в семье увеличивается по сравнению с прошлым, когда существовала «женская доминанта» в воспитании (мать и бабушка).

Таким образом, можем заключить, что семья – это осознанно организованная на основе родственных связей и бытового уклада социальная общность людей, в жизнедеятельности которых реализуются природные, экономические и духовные потребности ее членов и общества в целом. Через семью осуществляется вся система общественных отношений. В процессе эволюции общества изменялась и семья: ее место и роль, структура и функции, величина и устойчивость, права и ответственность, ее социально-экономический статус. Внутрисемейные процессы, происходящие в обществе, тесно взаимосвязаны. Жизнедеятельность семьи определяется закономерностями развития общества. Взаимосвязь семьи и общества зависит от состава семьи, ее образа и стиля жизни, психологического микроклимата и т.д. Функции семьи отражают не только общественные отношения, но также отношения семьи и личности. К числу важнейших функций семьи относятся: организация быта, организация личного потребления, первичная социализация и воспитание детей, психологическая и материально-бытовая поддержка пожилых, инвалидов, нетрудоспособных членов семьи.¹.

В современной России в связи с переходом к рынку происходят изменения как в экономике и социальной сфере, так и во внутрисемейных отношениях. Различия в уровне доходов усиливают дифференциацию семей в зависимости от их материального благополучия. Это проявляется в стилях жизни семей, в структуре и качестве питания, проведении досуга, получении образования, в обеспечении семей предметами длительного пользования.

Социально-экономический статус семьи – это интегральный показатель, который отражает особенности социально-политического устройства общества, его правовые основы, уровень развития экономики, культуры и социума.

¹ См.: Социальная статистика. / Под ред. Чл.-кор. РАН И.И. Елисеевой.- М.: Финансы и статистика, 2001.

Именно в семье происходит формирование и социализация исходных потребностей индивида, его интересов, способов их реализации. В процессе взаимодействия семьи с обществом развиваются ее функции и утверждается статус. Экономические функции семьи в рыночной экономике многообразны. Это – ведение домашнего хозяйства, семейный бизнес, формирование человеческого капитала, обеспечение необходимого уровня потребительского спроса, создание инвестиционного потенциала и другие. В соответствии с этими функциями семья включается в кругооборот рыночной экономики, изменяя свой социально-экономический статус и значение в обществе.

Роль семьи в рыночной экономике двойственная, поскольку она может одновременно выступать как домохозяйство и предприятие, производитель и потребитель, сберегатель и инвестор. Разрешение проблем семьи в условиях рыночной экономики следует искать в формировании новых потребностей и возможностей семьи; создании условий развития и реализации экономических функций семьи; повышении социально-экономического статуса семьи и обеспечении социальной поддержки и нормальных бытовых условий семьи. Неотъемлемой чертой современного рыночного хозяйства стала тенденция усиления его социальной функции по отношению к семье в трех аспектах: повышения эффективности, расширения свободы и социальной базы предпринимательства; укрепления систем социального обеспечения и государственных гарантий помощи объективно (временно или постоянно) экономически неактивным членам общества; возрастания целевой социальной поддержки, направленной на расширенное воспроизводство человеческого капитала, трудового и предпринимательского потенциала, развитие инициативы, мобильности и активности субъектов хозяйствования.

Семья – основное звено формирования и накопления человеческого капитала. Функции семьи на всех стадиях формирования и реализации человеческого капитала взаимосвязаны между собой. Они имеют целевую направленность на накопление и возмещение затрат, связанных с созданием человеческого капитала и развитием предпринимательского потенциала.

Поэтому для изучения экономического роста на длительные периоды в самых различных странах понятие капитала и накопления капитала следует расширить, чтобы включить капиталовложения в здравоохранение, образование и обучение самих людей, т.е. капиталовложения в человека. Расширение воспроизводственной функции семьи на современном этапе развития нашего общества – это общественно-необходимый процесс, обусловленный как объективными факторами, связанными с материальным дефицитом, со значительным неудовлетворением социально-экономических потребностей населения, с недостаточной развитостью рынка и производства, так и субъективными факторами, теми новыми требованиями, которые люди предъявляют сегодня к качеству своей жизни, к условиям и содержанию труда, занятости, предпринимательству, быту, социуму, среде обитания и т.д.

Наиболее важной хозяйственной функцией семьи является формирование и использование семейного бюджета. Рассмотрим основные статьи доходов и расходов семей. Итак, доходы могут складываться из заработной платы; предпринимательских доходов; доходов от собственности (рента, процент, арендные платежи, дивиденд); государственных трансфертных платежей (пенсии, стипендии, пособия, бесплатные услуги в области здравоохранения, образования); доходов из прочих источников. Расходы: социальное страхование; налоги; питание и вкусовые товары; одежда и обувь; квартплата и жилье; коммунальные услуги; мебель, бытовые приборы; транспорт; образование, развлечения; досуг, путешествия; добровольные пожертвования и взносы в общественные организации; прочие расходы; сбережения. Бюджет семьи отражает ее социально-экономический статус, предпринимательскую активность, уровень и стиль жизни, образование, инвестиционный потенциал и др. Потребительская корзина – полный набор потребительских услуг, необходимых для удовлетворения потребностей среднестатистической семьи, обеспечивающий ее нормальную жизнедеятельность, исчисляемый в стоимостном и натуральном выражениях. По мере развития рыночного хозяйства, отражая изменение предпочтений и функций семей, различается и

ассортимент потребляемых товаров. Семья реализует функцию социализации, т.е. включения человека в общественную систему посредством получения образования, услуг в области здравоохранения, воспитания детей, культуры и т.д., при помощи государства. Это проявляется в многообразии социальных услуг, которые оказываются населению в рыночном хозяйстве: трудоустройство; социальное страхование; пенсионное обеспечение; пособие на детей; содействие получению образования; социальная помощь; социальное жилищное строительство; охрана труда женщин и несовершеннолетних; дотация и кредиты на аренду и покупку жилья; страхование от несчастных случаев; льготные цены и тарифы на услуги.

На современном этапе развития высоких технологий и информатизации общества повышается значение рекреационной функции семьи, поскольку человек, интенсивно работающий, должен иметь больше возможностей для восстановления работоспособности в здоровой среде обитания. Семью как исходную микроячейку и субъективную основу общественной системы следует рассматривать в качестве интегрального объекта социальной защиты, поскольку она в логической цепи отношений «человек – семья – общество» является связующим центральным звеном. Через семью решаются все частные вопросы социальной защиты индивида и общества в условиях рыночного хозяйства. Семья может и должна служить целью, конечным критерием, ориентиром вариации форм, методов и размеров социальной защиты.

Такой подход означает, что на смену индивидуалистской (в «чистом» рыночном хозяйстве) и коллективистской (в командно-административной экономике) концепциям социальной защиты должна прийти семейная политика как основная часть и приоритетное направление социальной политики государства. Основными принципами семейной политики являются:

1. Реалистичность и эффективность социальной политики.
2. Дифференцированный подход к различным группам и категориям семей.

3. Переориентация с пассивной социальной помощи и гуманитарных акций на активизацию жизненного потенциала семьи.

Роль демократического государства в процессах развития семьи должна состоять в проведении адекватно провозглашенным целям законодательного регулирования, распределения ресурсов, находящихся в его распоряжении, проведения политики экономического поощрения действий, направленных на цели социально-экономической поддержки семьи и женщины, принимаемых иными участниками процесса – предпринимателями, общественностью, частными лицами.

Таким образом, можно выявить черты изменившегося «лица» российской семьи. Так, существует категория сожительствующих индивидов, воспитывающих совместных детей или внебрачных детей одного из партнеров. Расторгаются как первые, так и последующие браки. Безбрачие сознательно сохраняется определенной частью людей (чаще разведенными). Репродуктивные намерения резко ограничены.

Изменение структуры семьи можно рассматривать как адаптивную стратегию россиян только в их сознании, но не в реальности. Отказ от брака вообще либо его искусственное прекращение неэффективны для решения семейных проблем, а, следовательно, данные стратегии нельзя назвать адаптивными ни теоретически, ни практически.

Надо сказать, что инновации в практике брачно-семейных отношений негативно оцениваются немалой частью российского населения. Ту же позицию занимают и ученые, от которых зависит многое – от формирования общественного мнения до выработки государственной стратегии семейной политики. Наиболее острыми остаются проблемы полигамии, а также неисполнения семьей ее специфических социальных функций – репродуктивной и социализирующей. Так, малодетность, прогрессирующая в России, – закономерность для обществ западного типа, однако нет сомнений и в

том, что рождение и воспитание детей в условиях низкого уровня жизни не может способствовать удовлетворению присущих индивиду потребностей¹.

На основе анализа соотношения ориентаций на супружеское взаимодействие, их реального воплощения на практике предлагается новая типология молодых семей²:

- неотрадиционные молодые семьи (сочетающие патриархатные представления и патриархатное поведение),
- молодые семьи переходного типа (во-первых, молодые семьи с патриархатными представлениями и эгалитарным поведением, во-вторых, молодые семьи с эгалитарными представлениями и патриархатным поведением)
- эгалитарные молодые семьи (сочетающие эгалитарные представления и эгалитарное поведение).³

Существуют также следующие варианты структур современной семьи – полная, нуклеарная, имеющая автономию, находящаяся преимущественно в зарегистрированном браке. Предпочитаемое число членов семьи в среднем – 3,6 человека, число детей – 1,8. В такой идеальной семье двое работающих. Опрошенные предпочитают городские условия. Такой тип семьи соответствует индустриальному обществу и может быть обозначен как модернистская семья⁴. В российском социуме он значительно преобладает над традиционным типом, сохранившимся у пожилых супружеских пар, в семьях, проживающих в удаленных от города населенных пунктах, в семьях, стиль жизни которых соответствует строгим канонам ислама или христианства.

Другой репрезентированный вариант современной структуры – семья неполная, в незарегистрированном браке, одно- или двухдетная. Эта модель объективно более соответствует постиндустриальному обществу с его социальной мобильностью, высоким уровнем развития научных и

¹ См.: Карцева Л.В. Модель семьи в условиях трансформации российского общества.// СОЦИС.– 2003. №7.

² См.: Неудачина И.Г. Современная российская молодая семья: гендерный анализ //Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата социологических наук, Екатеринбург, 2003.

³ Там же.

⁴ См.: Карцева Л.В. Модель семьи в условиях трансформации российского общества.// СОЦИС.– 2003. №7.

промышленных технологий, информатизации, а значит, и большим значением профессионализма, трудно совмещающимся с выполнением семейных обязанностей. В условиях осуществления социальных реформ этот вариант семьи укрепил свои позиции, получив в общественном сознании статус полноценной и конвенциальной социальной структуры.

Подводя итог вышесказанному, можно констатировать следующее:

1. Нарождается новый социальный институт российской семьи, с неадекватными традиционным социальными правилами и нормами, не тяготеющий к подобному соответству, отвечающий потребностям отдельных индивидов. Возникающие варианты просемейной деятельности дают людям столько положительных переживаний, сколько ими ожидается, и в индивидуальном сознании сливаются воедино преимущества свободного демократического выбора варианта семьи с преимуществами социально-психологического характера, которые она предоставляет.

2. Несмотря ни на что, семья является одним из самых устойчивых общественных институтов. В ней наблюдается активный процесс эгалитаризации и демократизации внутрисемейных отношений. В эгалитарной семье отношения между супругами, родителями и детьми чаще, хотя и не всегда строятся на основе партнерства, признания за каждым членом семьи, в том числе и за ребенком, не только обязанностей, но и права на автономию, инициативу и свободу¹.

Таким образом, для того, чтобы человек был «настоящим» человеком, а народ имел хорошую общественную организацию, экономическое процветание, свободу, духовное развитие и силу, мало хороших наследственных свойств, мало благоприятных условий, нужно еще, чтобы семейный институт народа был хорошо организован и воспитывал бы «настоящих» людей. Эту задачу для многих народов наилучше достигает строй семьи, соответствующий индивидуалистическому типу.

¹ См.: Семья: XXI век. Проблемы формирования региональной семейной политики / Аналитический вестник Совета Федерации ФС РФ. - 2002. - № 11 (167). - стр. 35.

Семья анализируется как институт тогда, когда особенно важно выяснить соответствие (или несоответствие) стиля жизни семьи, ее функций современным общественным потребностям. Модель семьи как социального института очень важна для прогноза изменений семьи, тенденций ее развития. Россия переживает переход к цивилизованному гражданскому обществу. Успех этого перехода во многом зависит от формирования здоровых семейных отношений, становления гармоничного и оптимального стиля жизни семьи.

ОСОБЕННОСТИ СТИЛЯ ЖИЗНИ СЕМЬИ В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДНОГО ПЕРИОДА

§1. Потребление как детерминант стиля жизни российской семьи.

Потребление — сложный социальный феномен. Это сфера удовлетворения материальных и духовных потребностей. Это сфера социализации, формирования социальных норм, ценностей, культуры. Здесь фокусируются отношения между людьми; поэтому она привлекает внимание и социологов.

Тенденции экономической и социальной динамики, связанные с индустриализмом, обусловливают диффузию определенных культурных ценностей. Массовое повышение жизненного уровня, сколь бы малым оно не было, порождает ценностную концепцию улучшения качества жизни, которая и сегодня в стране, несмотря на углубляющийся кризис, имеет широкое распространение. Об этом свидетельствуют массовые требования: люди хотят не только больше денег, но и больше комфорта жизненных условий.¹

Движение к обществу среднего класса (разумеется, в своеобразном культурном варианте), к системе общественного разделения труда, свойственной индустриализму, к развитию межгосударственных связей существенно меняет взгляд людей на себя и социальный мир. Люди оказались разделенными на множество разнокачественных социокультурных групп. Совсем еще недавно эти различия определялись прежде всего принадлежностью к определенным элементам социально-профессиональной структуры. Сейчас же все более проявляется широкий спектр социокультурных

¹См.: Ахиезер А.С., Козлова Н.Н., Матвеева С.Я. и др. Модернизация в России и конфликт ценностей. - М., 1993.

детерминант дифференциации в обществе, имеющих социально-демографическую основу (молодежные группы, зачатки женского движения), культурные основания (политические группы, группы по интересам), базовые признаки социального расслоения (преступные группировки). Нет нужды напоминать о том, что ценности и социальные нормы во всех этих образованиях неодинаковы.

Однако тот факт, что множество людей объективно находятся в одних и тех же условиях, отнюдь не означает культурной однородности их реакций на эти условия. Сегодня совершенно очевидно расхождение между социальными изменениями, происходящими в обществе, и оценкой на уровне культуры их перспективной значимости. Расхождения обусловлены социокультурной неоднородностью общества, где сегодня официально признаны ранее с полной очевидностью проявлявшиеся (но замалчиваемые на уровне государственной идеологии) различия национальных, экономических, политических, обыденно-культурных интересов. Соответственно по этим параметрам обнаруживается неоднородность в определении нынешней социальной ситуации.

В целом необходимо отметить, что современное постсоветское общество представляется российским исследователям то как «общество полутонов», где еще не сложились устоявшиеся нормативно одобряемые практики социальных действий, то как «общество самоопределяющихся индивидов и групп», то как зарождающийся новый социальный порядок. Интересной проблемой является глубина переориентации на западные ценности. Однако, есть подозрение, что люди стремятся жить как на Западе скорее по форме, чем по содержанию, перенимая шаблоны поведения, а не мировоззрение.

Стиль жизни характеризует поведенческие особенности повседневной жизнедеятельности людей, в частности, ритмику, интенсивность, темп жизни, а также социально-психологические черты быта и взаимоотношений между людьми, нередко выражающие национально-этнические и социально-

профессиональные черты личности, социальной общности и семьи.¹ Потребности и интересы семей теснейшим образом связаны с уровнем, стилем и качеством жизни.

Если раньше понятие «стиль жизни» обозначало тот или иной поведенческий образ определенной статусной группы, то в современной потребительской культуре он обозначает индивидуальность, самовыражение и стиль самосознания. Тело, одежда, речь, машина, место отдыха должны рассматриваться как признак индивидуального вкуса и стиля владельца-потребителя. Обеспечивается все более широкий выбор (управление которым превратилось в род искусства) не только для тех, кто родился после 60-х, но и для людей среднего возраста и пожилых.

Стиль жизни всегда определяется стандартами материального благополучия, взглядами и вкусами, которых придерживается каждая группа общества. На бытовом уровне стили жизни можно представить в виде товаров, которые люди потребляют, и вкусов, который проявляют, таким образом, стиль складывается из одежды, речи, поведения и предпочтений в плане проведения досуга.² Следовательно, можно выделить потребление в качестве ведущего детерминанта стиля жизни современной российской семьи. Оно является сложным социальным феноменом. Это сфера социализации, формирования социальных норм, ценностей, культуры.³

Преобладание материального потребления над духовным ведет к вещизму, мещанству, нравственной деградации. Преобладание духовного потребления над материальным рождает нищих философов, оканчивающих свои дни интроверсией. Все чаще и чаще духовные жизненные цели подменяются «средствами жизни», борьбой за материальные блага и социальный статус, меркантилизацией, гедонистической направленностью. Счастьем оказывается

¹ См.: Социология образа жизни / Составители: В. И. Бегинин, Г. В. Дыльнов, В.А. Шабалин. – Саратов: Издательство СГУ, 1993. – С. 8.

² См.: Пчелинцева Е.Г. Радиореклама как фактор формирования стиля жизни современного поколения./ Поколенческая организация современного российского общества (специфика современных межпоколенческих отношений): Коллективная монография / Под ред. Г. В. Дыльнова и Н. В. Шахматовой. – Саратов: Изд-во «Научная книга», 2003.– С. 138.

³ Социология потребления / Под ред. Л. Т. Волчковой, Ю. Грекова, В.Н. Мининой. – СПб.: Социологическое общество им. М.М. Ковалевского, 2001. – С. 8.

не жизнь в ее полноте, а некий фрагментарный набор ее свойств и качеств, не «бытие», а «обладание». Для нормального, полноценного человека уровень потребления двуедин. И он всегда будет соответствовать эмоционально-психическому состоянию человека; с другой стороны, сама психологическая подготовленность, эмоциональный настрой человека обеспечивают ему определенный уровень потребления.

В частности, потребление – характер использования индивидами и их семьями товаров и услуг. Традиционно социологи уделяют основное внимание производству, но в 80-е и 90-е годы прошлого века отмечается рост их профессионального интереса именно к потреблению. Ввиду увеличения времени досуга в обществе и повышенного интереса к стилю жизни как детерминанты социального класса, потребление превратилось в важный аспект социологического изучения в самых различных плоскостях: от анализа характерных для отдельных социальных групп моделей потребления до выяснения социологических особенностей питания и кулинарии.¹ Современная социополитическая и культурная организация общества, благодаря техническим средствам информации и коммуникации, охватывает единым организационным управлением социальные процессы и институты, такие как производство, потребление, быт, нормируя культурные и политические стили, проявляясь в поведении семьи установками, стереотипами, обычаями.

Первые попытки разработки теории потребления связаны с целым рядом ключевых фигур обществоведения XIX-XX веков. К. Маркс² выдвинул идею товарного фетишизма, раскрыл значения таких понятий как «закон возвышения потребностей», «формационные типы потребления». Американец Т. Веблен³ в конце XIX в. предложил теорию показного (престижного) потребления. Немецкий социолог Г. Зиммель⁴ выдвинул ряд ключевых идей теории моды. Он обратил внимание на то, что мода, по сути, носит классовый характер, будучи средством выражения и установления статусных отличий. Немецкий социолог

¹ См.: Лоусон Т., Гэррод Д. Социология. А-Я: Словарь-справочник. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2000. С. 336.

² См.: Маркс К. Капитал, т. 1.

³ См.: Веблен Т. Теория праздного класса. – М.: Прогресс, 1984.– С. 83-133, 184-199.

⁴ См.: Зиммель Г. Мода // Сочинения в 2-х тт.– М., 1999.

и экономист В. Зомбарт¹ предложил концепцию роскоши. Другой немецкий социолог М. Вебер² сформулировал концепцию статусных групп и протестантской этики. Эти имена часто цитируются в исследованиях потребления. В частности, Т. Веблен доказал, что характер потребления и стиль жизни существенно определяют социальный статус. В нашей стране это приобрело особые масштабы. Если одним из центральных элементов культурных традиций многих народов является социальный символизм потребления, то для российского потребителя элитные товары служат средством самоидентификации и продвижения в обществе. Отсюда невероятный рост покупок престижных потребительских товаров (автомобилей, мобильных телефонов, бытовой техники, одежды), посещение элитных ресторанов, дискотек, зон отдыха.

Особенности этапа, связанного с развитием массового производства и массового потребления в первой половине XX века отражены в возникших в 1950–1960-е гг. в западной науке концепциях «общества потребления», авторами которых являются У. Ростоу, Р. Арон³.

Характер потребления в постсовременных обществах описывается в работах западных ученых второй половины XX века: М. Фезерстоуна⁴, Ж. Бодрийяра⁵, Дж. Ритцера⁶ и др. Большинство авторов отмечают, что в постсовременном обществе усиливается символическая функция потребления. Потребление становится своего рода звеном, частью более широкого символического обмена, в который вовлечены все члены общества. Данная идея получает развитие в работах Дж. Ритцера⁷, который рассматривает ее применительно к новым средствам потребления (рестораны быстрого

¹ См.: Зомбарт В. Любовь, роскошь и капитализм // СПб.: Благо, 1917.

Зомбарт В. Буржуа: Пер. с нем./ Ин-т социологии. - М.: Наука.- 443 с. (Серия "Социологическое наследие").

² См.: Вебер М. Основные понятия стратификации // А.И. Кравченко. Социология Макса Вебера. Труд и экономика. – М.: На Воробьевых, 1997.

³ См.: Rostow U. The stage of economic growth. A non-communist manifesto. Camb., 1960. Aron R. Le developpement de la societe industrielle et la stratification sociale.– P., 1956.

⁴ Подробнее см.: Иванов Д.В. Эволюция концепции глобализации//Телескоп.– 2002. №5,

⁵ Baudrillard. Le systeme des objets. –P., 1968.

⁶ См.: Ritzer G. The McDonaldization of Society. – California: Thousand Oaks, 1993.

Ritzer G. The McDonaldization Thesis. – London, 1998.

⁷ Там же.

обслуживания, кредитные карты, супермаркеты), получающим широкое распространение в последние десятилетия XX века.

Главной работой Пьера Бурдье, посвященной проблеме потребления, является «Отличия: социальная критика суждений о вкусе» (первое Французское издание вышло в 1979 г.). Большое влияние на исследование потребления оказали работы американского социального психолога и социолога И. Гоффмана.

Начиная с середины 1980-х гг., в отечественной литературе стали появляться объективные исследования, посвященные изучению сферы потребления в СССР. Например, в работах Л.Н. Жилиной¹, А.Г. Здравомыслова², В.Д. Патрушева³ и др. значительное внимание уделяется изучению структуры потребления, образа жизни, стиля и уровня жизни, характерных для различных социальных слоев российского общества. В советский период данная тема разрабатывалась политэкономами, которые изучали тенденции, динамику, структурные изменения потребления населением продовольственных и непродовольственных товаров, закономерности изменения данной сферы общественного воспроизводства под влиянием научно-технического прогресса.

Среди современных российских социологов, занимающихся проблемами потребления можно выделить целый ряд имен, среди них: Я.М. Рошина⁴, А.Б. Гоффман⁵, В.В. Радаев⁶, М.Д. Красильникова⁷ и др.

¹ См.: Жилина Л.Н. Потребности, культура потребления и ценностные ориентации личности. – М., 1988.

² См.: Здравомыслов А.Г. Потребности. Интересы. Ценности. – М.: Политиздат, 1986. – 223с.

³ См.: Патрушев В.Д. Бюджеты времени: документированные свидетельства образа жизни людей // Социология в России / Под ред. В.А. Ядова. – М., 1996. С.235. 174

⁴ См.: Рошина Я.М. Стиль жизни предпринимателя: Типы потребительских ориентаций // Вопросы экономики. 1995. № 7. – С. 91–103. Рошина Я.М. Стиль жизни / Средние классы в России: экономические и социальные стратегии / Под ред. Т. Малевой. – М.: Гендальф, 2003. – С. 351-381

⁵ См.: Гоффман А. Мода и обычай // Рубеж: альманах социальных исследований. 1992. Вып. 3.

⁶ См.: Радаев В.В., Шкаратан О.И. Социальная стратификация. - М.: Аспект - Пресс, 1996. - 318с. Радаев В.В. Экономическая социология. – М., 1997.

⁷ См.: Красильникова М., Николаенко С. Индекс потребительских настроений // Экономические и социальные перемены: Мониторинг общественного мнения, 1994, №2. С. 46-50. Красильникова М. Склонность к сбережениям и потреблению // Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения, 1997, №3 (29), с. 25-30. Красильникова М.Д. Потребители: Новаторы и консерваторы // Экономические и социальные перемены: Мониторинг общественного мнения. 1996. № 1. С. 50–54.

Глубокий анализ такого явления, как мода, осуществил российский социолог А. Б. Гофман¹, предлагая новое более широкое понятие определения «мода», подробно анализируя структуру и функции моды.

Имущественная дифференциация как одно из проявлений социальной дифференциации, соотношение характера потребления и таких факторов социальной стратификации, как образование, доход, род занятий оказываются в центре изучения М. Д. Красильниковой, Я. М. Рошиной, В. В. Радаева.

Внешние и внутренние факторы потребительского поведения, различные аспекты маркетингового воздействия рассматриваются И.В. Алешиной. Работы В.И. Ильина являются собой, по сути, вводный курс в дисциплину «потребительское поведение». В.П. Терин затрагивает такие аспекты потребления, как престижное потребление, потребление в массовом обществе, мода.

В современной социологии потребления можно выделить две основные традиции. Первая из них – это восприятие потребления как способа социального воспроизводства и поддержки, существующих классовых и культурных различий, заложенная в начале века Т. Вебленом.² Данное направление акцентирует формы адаптации индивида к уже сложившимся традициям потребления, процесс формирования индивидуальных склонностей и предпочтений.

Второе направление берет свое начало в работах Г. Зиммеля, согласно которому потребление является способом достижения «равновесия между общественными и индивидуализирующими импульсами» индивида. В этом случае речь идет об адаптации форм потребления в соответствии с индивидуальными предпочтениями. Потребление рассматривается в данном случае не столько как возможность следовать уже сложившимся канонам, сколько как способ продемонстрировать «отклонения» от данных стандартов, как процесс «материализации», «объективизации» идентичности, ее социальное

¹ См.: Гофман А. Мода и обычай // Рубеж: альманах социальных исследований. 1992. Вып. 3.

² См.: Веблен Т. Теория праздного класса. – М.: Прогресс, 1984.

самоутверждение.¹ Автор диссертации также придерживается данной точки зрения.

Г. Зиммель в работе «Философия денег» определяет жизненный стиль как «тайное тождество формы внешних и внутренних проявлений, которое возникает из человеческого стремления к обретению идентичности, т.е. стремления стать законченным целым, образом, имеющим собственный центр, посредством которого все элементы его бытия и действия обретали бы единый и объединяющий их смысл. Однако Зиммель отмечает, что благодаря существующей в современном обществе стилевой дифференциации, каждый индивидуальный стиль, а значит, и стиль вообще как таковой обретает черты объективности, становится независим от конкретных людей. Первоначальное единство в стиле субъекта и объекта распадается из-за стилевого многообразия современной культуры. «Вместо этого, – пишет Зиммель, – перед нами целый мир экспрессивных возможностей, каждая из которых строится по собственным законам, со множеством форм, в которых выражается жизнь как целое».

Нельзя сказать, что проблематика потребностей, форм и способов их реализации оставалась вне поля зрения отечественной социологии и философии. Так, например, Г. Г. Дилигенский в статье 1976 г. рассматривает потребление в рамках традиций Э. Дюркгейма и Г. Зиммеля. Потребности, по Дилигенскому, есть проявление «психической напряженности», вызванной «столкновением» двух тенденций в деятельности человека – тенденции к «слиянию с социумом» и тенденции к «выделению «Я» в качестве автономной единицы»². Таким образом, потребительские практики могут рассматриваться не только как проявление реально сложившихся и общественно санкционированных способов удовлетворения потребностей, но и как способ их преодоления посредством различных «отклонений», «вариаций» и т.п. Однако этот перспективный подход остался почти незамеченным на фоне более мощной теории, опирающейся на идеологему «образа жизни».

¹ См., например, Applbaum K. The sweetness of salvation; consumer marketing and the liberal-bourgeois theory of needs // Current Anthropology. - 1998. Vol. 39. No 3.

² Дилигенский Г.Г. Проблемы теории человеческих потребностей // Вопросы философии. – 1976. N 9.

Заметим, что исходное противопоставление «структурь деятельности» (социальных механизмов) и «структурь жизнедеятельности» (социально-психологических механизмов)¹ закономерно выразилось в стремлении сторонников «социалистического образа жизни» не столько описать уже сложившиеся практики потребления, сколько разработать приемлемый шаблон («прогноз») для их дальнейшего развития и коррекции. Например, А. С. Ципко, наиболее последовательно развивавший в 1980-е годы концепцию «образа жизни», писал: «Под социалистическим образом жизни... мы подразумеваем такой способ жизнедеятельности и соответствующую ему концепцию жизни, в которых наиболее адекватно передан, реализован, прежде всего, коллективистский и трудовой характер социалистического общества... [Однако]...необходимо видеть отличие между понятиями «социалистический образ жизни» и «образ жизни людей социалистического общества». Образ жизни людей социалистического общества включает все способы жизнедеятельности, распространенные в реальном социализме, как адекватные ему, так и неадекватные...».² Цитата интересна, разумеется, не своей политической риторикой, а вполне показательным стремлением провести размежевание «адекватных» и «неадекватных» образов жизни, то есть образов жизни, «вписывающихся» в рамки социальной структуры и образов жизни, «оказавшихся» по той или иной причине в пределах данной структуры. В. И. Толстых демонстрирует еще один показательный пример структурного анализа потребностей в целом и образа жизни, в частности. Для Толстых, как и для других представителей данного подхода, характерно восприятие образа жизни в качестве «важнейшего критерия социальной типологии личности»³ с закономерными выводами о «типовости» и «нетипичности» форм потребления.

¹См.: Образ жизни в условиях социализма: Теоретико-методологическое исследование / Под ред. А. Арнольдова, А. Ципко, Э. Орловой. – М.: Наука, 1984. С. 34-35.

²Ципко А. Образ жизни как социологическая категория: Историческая сущность и основные черты социалистического образа жизни // Советский образ жизни: Сегодня и завтра. М.: Молодая гвардия, 1976. С.40-41.

³См.: Толстых В.И. Образ жизни как социально-философское понятие // Вопросы философии. – 1974. N 12. – С.43.

Стоит поразмыслить над заключением проведенного учеными Л. Гордоном и Э. Клоповым анализа положения народных масс, семей в России. Авторы сводят итоги своего труда в прозрачную схему.¹ Показатели улучшения и прогресса в российском обществе они фиксируют так:

- (а) формирование подлинных профсоюзов, свобода забастовок, начало демократизации трудовых отношений;
- (б) преодоление дефицита промышленных и потребительских товаров;
- (в) обновление и рост товаров бытовой техники;
- (г) прогресс в автомобилизации и телефонизации;
- (д) свобода в выборе форм досуга и получении информации;
- (е) свобода выезда за границу.

Потери:

- (а) сокращение доходов и покупательной способности большинства населения, низкие пенсии и потеря прежних сбережений;
- (б) задержки выплат зарплаты, пенсий, пособий;
- (в) безработица;
- (г) ухудшение питания;
- (д) потери в досуге и обеспечении отпускного отдыха;
- (е) деградация воспитания и отдыха детей;
- (ж) кризис образования, вплоть до отсева из школ и детской беспризорности;
- (з) опасность распада жилищного и коммунального обслуживания.

Справедливо не берясь рассчитывать этот баланс в рублях или иных числах, авторы следующим образом формулируют «обобщенно качественный вывод»: «... в сфере социально-экономического положения в узком смысле этого понятия (то есть, отвлекаясь от политических и духовных сдвигов, где прогресс особенно очевиден), так сказать, в непосредственно жизненной обстановке каждого дня труда, быта, потребления масштабы потерь и

¹ См.: Гордон Л., Клопов Э. Потери и приобретения в России девяностых //Экономическая социология–2001. №5.– том 2, с.480.

обретений если не равны, то сопоставимы, сравниваемы друг с другом. Во всяком случае, реальные условия жизни народного большинства, реальную социальную ситуацию в России 90-х гг. неверно характеризовать преобладанием одной тенденции: к ухудшению, либо к подъему. Здесь принципиально важно именно выявить противоречие параллельного развертывания двух разнонаправленных тенденций».¹

Общество потребления — это не просто общество изобилия, где вдоволь всяких вещей. Это общество, в котором потребление сделалось главным содержанием общественной жизни, оттеснив на второй план производство и накопление. Рассмотрение поведения потребителей в современном западном обществе осуществлялось исходя из эвристических идей Т. Веблена, выступившего основоположником концепции культурного стиля. Анализ эффективности рекламы как способа производства культурного стиля опирался на типологию поведения индивида, предложенную М. Вебером, и концепцию иерархии потребностей известного американского психолога А. Маслоу.²

В «экономике спроса» меняется роль потребителя. Основной проблемой потребителя выступает проблема выбора, причем выбора не товаров как таковых, а выбора их из многообразия марок – товарных знаков. Происходит это потому, что в условиях массового производства, микширование индивидов в сфере повседневности и досуга приводит к потребности проявлять и подчеркивать свои статусные различия посредством культурной символики. Поэтому промышленность и рынок, искусство и наука – буквально все сферы производства создают и тиражируют символические ценности – знаки. В этой ситуации на место важнейшего товара незаметно выдвинулся знак, не обладающий утилитарной нагруженностью.

Потребление не сводится к пассивному использованию вещей, оно превращается в активный процесс их выбора и регулярного обновления, в котором обязан участвовать каждый член общества. Приобретая вещи, он

¹ Гордон Л., Клопов Э. Потери и приобретения в России девяностых // Экономическая социология– 2001, №5.– том 2. С.479.

² См. : Maslow A. H. Motivation and Personality. –N. Y., 1970.

стремится к вечно ускользающему идеалу — модному образцу, опережает время благодаря кредиту, пытается зафиксировать и присвоить его себе, собирая коллекционные вещи. Для утверждения и регулирования такого образа жизни служит реклама, цель которой — не столько способствовать продаже того или иного товара, сколько внедрить в общественное сознание образ целого общества, эти товары потребляющего. Подобное потребительство принципиально не знает предела, насыщения, поскольку имеет дело не с вещами как таковыми, а с культурными знаками, обмен которыми происходит непрерывно и бесконечно. Однако знаки эти, хоть и обладают высокой семиотической ценностью, но оторваны от собственно человеческих, личностных или родовых, смыслов; это знаки дегуманизированной культуры, в которой человек отчужден.

На выбор семьи потребительских моделей оказывает влияние, во-первых, экономический потенциал самой семьи, имущественное положение, во-вторых, субкультура группы, к которой данный индивид или его семья принадлежит, в-третьих, различные внешние каналы, такие как масс-медиа, реклама, референтные группы. Более того, процесс глобализации потребления приводит его к унификации, а именно: одни и те же марки (бренды) продукции самых различных отраслей производства имеются на рынках разных стран. Этому способствует совершенствование информационных и прочих технологий, мобильность населения, глобальная стандартизация потребностей и т.д. Однако, для всех пост-социалистических переходных обществ характерен процесс вестернизации потребления, т.е. модернизации всех сторон повседневной жизни в западном стиле. Привлекательность действительно несравнимо более высоких жизненных стандартов Запада оказывает магический эффект на неискушенного потребителя. В области исследования рекламы принято несколько классификаций вовлеченности. Наряду с классификацией вовлеченности по уровню (высокая – низкая), при анализе процесса убеждения с помощью рекламы используют еще две классификации вовлеченности:

1) вовлеченность когнитивная, связанная с pragматическим мотивом – вовлеченность аффективная, связанная с мотивом самовыражения¹;

2) вовлеченность в содержание рекламы – вовлеченность в исполнение рекламы (качество выполнения, цветовая гамма, композиция, музыка и т.д.)².

Функционирование рекламы как социального института в обществе потребления привело к ее выделению в качестве самостоятельной сферы общественного производства, с присущей ей культурной функцией формировать стиль жизни массового потребителя. В рамках потребительского стиля, наряду с торговой маркой и модой, одной из основных информационных составляющих становится реклама. Существенным образом меняет восприятие мобильности в общественном сознании, перемещая эту проблему из сферы материального производства в сферу потребления. При изучении влияния рекламы как общественного института на формирование потребительского стиля логично исходить из определения рекламы как «высокотехнологичного и высокоинтеллектуального производства образов»³, которые влияют на поведение людей, семей, интеграцию общественной жизни, социальную мобильность, выбор потребителя и систему его ценностей. Образы рекламы рассматриваются семьёй, индивидами как способ присоединения к более высокой социальной группе и потребление приобретает престижный характер. Реклама создает образы для подражания, задает универсальный уровень «нормального потребления», формируя тем самым плюрализм потребительских стилей.

Наряду с традиционной экономической функцией – продвижения товаров на рынке сбыта, – у института рекламы в современном обществе возникли такие экономические функции, как обратного влияния на производство товаров массового спроса и определение вектора его развития, а также обеспечения занятости трудоспособного населения в новых видах трудовой деятельности.

¹См.: White H. The content of the form: Narrative discourse and historical representation. – Baltimore: Johns Hopkins Press, 1987. – 13 р.

²См.: Душацкий Л.Е. Ценностно-мотивационные доминанты российских предпринимателей // Социологические исследования. – 1999. N 7.

³См.: Коломиец В.П. Реклама в социологическом видении // Вестник МГУ. Сер.18. Социология и политология.– 2001. №1.

Опора рекламы на изучение и использование социальной и психологической природы человека-потребителя, динамичное развитие рекламного бизнеса, формирующего стили жизни, привели к легализации и постепенному доминированию ее важных социокультурных функций:

- а) манипулирования сознанием и управления поведением широких социальных слоев;
- б) воспроизводства ведущих социетальных ценностей в обществе сегментированном различными культурными стилями, что позволяет использовать рекламу в качестве новой интеграционной силы.

Однако интеграционная функция института рекламы в постиндустриальном обществе вырастает не на почве производства, а на почве потребления. Сложившиеся прочные социальные связи, возникающие из необходимости общественного разделения труда, заменяются здесь поверхностными связями конструируемой группы культурного стиля, что позволяет определить этот тип интеграции как «квазинтеграцию».¹

Однако, процесс институционализации рекламы в современной России, инициированный преимущественно западными фирмами, носит противоречивый характер: конституирование рекламы в качестве социального института не сопровождается развитием социокультурных функций (как в западных странах), реклама в России, даже формируясь в качестве отдельной отрасли производства, не выступает в роли производителя стилей жизни. Это объясняется, в первую очередь, низкой эффективностью рекламной продукции на российском рынке и незаинтересованностью отечественного товаропроизводителя в развитии рекламного бизнеса. Это можно объяснить еще и рядом исторических особенностей развития рыночных отношений: исторически сложившейся заниженной оценкой рекламы, связанной с традиционной ориентацией населения на аскетизм в потреблении и неуважением к богатству; распространенным мнением о том, что лучшей

¹См.: Комарова С. Н. Институт рекламы в современной России: соотношение экономических и культурных функций // Автореферат диссертации на соискание кандидата социологических наук, Ростов-на-Дону, 2001.

«рекламой» является репутация производителя; значительным отставанием в России средств массовой информации по темпам развития в сравнении с европейскими странами; недоверием к рекламе, сформировавшимся на протяжении советского периода развития дефицитной экономики, в которой рекламировались чаще низкокачественные товары. Наибольший социально-экономический эффект на рынке России имеет реклама, построенная на анализе рациональных характеристик товара (цены и качества), все другие рекламные технологии менее эффективны на отечественном рынке.

Британские социологи С. Лэшу и Дж. Урри¹, фиксируя данную качественно новую ступень развития человечества, называют современную экономическую систему «экономикой знаков и пространства». По их мнению, наряду с ускоряющимися потоками капитала, труда и товаров, неизмеримо возрастает роль «рефлексивного накопления» информации и образов. Таким образом, сущность происходящих в последнее столетие изменений состоит в переходе от «материального к информационному обществу» – обществу, основанному на производстве, распространении и потреблении закодированной (символической) информации. Реклама в этом процессе играет первостепенную роль. «Происхождение» на потребительском рынке обеспечивается именно рекламой. Грамотная рекламная кампания создает образ товара. Образы созданные рекламой покупаются и продаются на потребительском рынке.

Мало того, реклама перестает быть просто рекламой – она становится образом жизни, т.к. формирует потребности, призывает потребителя покупать вещи символизирующие качество жизни, социальный статус и престиж. Сила рекламных объявлений теперь заключается не столько в информировании о цене и качестве товара, сколько в средстве присоединения к определенному «сообществу потребления». Реклама как общественный феномен является одновременно продуктом общества потребления и фактором его формирующими. По этому поводу французский социолог Эдгар Морэн

¹ См.: Lash S. and Urry J. Economies of signs and spaces. – London: Sage, 1994.

отмечает, что конечно, реклама не творит потребительский мир из ничего, но этот мир немыслим без рекламы.

Таким образом, реклама как элемент маркетинговой коммуникации, воздействуя на человека на когнитивном, эмоциональном и поведенческом уровне создает у него социально-психологическую установку – аттитюд. «Установка (аттитюд) – это внутренняя психологическая готовность человека к каким-либо действиям». Функция рекламы по созданию потребительских установок по своей социокультурной значимости выходит далеко за пределы узко экономической. Здесь речь должна идти о новой функции – формирования стиля жизни, распространения и пропаганды ценностей и жизненных установок, что возможно лишь при формировании общественного мнения по поводу стандартов и норм поведения, а также – интеграции общества на основе этих стандартов и норм. Можно также сделать вывод о том, что доминирующий сегодня в практике рекламного дела социopsихологический акцент на стиле жизни потенциального и реального потребителя (реклама социального конформизма) существенно увеличивает эффект от рекламного обращения, путем предоставления специалисту рекламы богатейшего материала о ценностных ориентациях людей, мотивации их поведения, обусловленных их социальным положением, уровнем материального благосостояния и культурного развития.

В конце 50-х Советский Союз вступил в период постсталинской оттепели, ознаменовавшей собой большую открытость в отношениях с Западом. Разумеется, она была мерой вынужденной: потоки информации превращали непроницаемые ранее идеологические стены в прозрачные перегородки, остававшиеся для большинства граждан непреодолимыми, но дававшие тем не менее возможность подслушивать или подглядывать за тем, что происходило по другую сторону Занавеса. На экранах кинотеатров появлялось все больше зарубежных фильмов, на прилавки книжных магазинов хлынул поток переводной литературы, в эфире настойчиво звучали западные радиоголоса, запретные и оттого еще более притягательные. В результате первых этапов

рыночных преобразований в страну хлынул огромный поток импортируемых товаров в сопровождении яркой и разнообразной рекламы. Однако здесь следует отметить, что в импортируемых рекламных обращениях совершенно не учитывается специфика российского потребителя, которая в большинстве своем не зависит от возраста и профессии потребителя и выражается в следующем:¹

- низкий уровень благосостояния, ориентирующий преимущественно на дешевые товары, распространяемые нецивилизованными способами продаж;
- несформированные потребности в широком ассортименте и выборе товаров;
- преобладание традиционных вкусов у потребителей в области товаров массового потребления;
- доминирование традиционных форм организации жизни, что делает непопулярным стиль питания и стиль потребления, пропагандируемый на отечественном рынке западными фирмами.

Однако в начале 90-х годов российские социологи, исследовавшие рынок, с удивлением обнаружили, что некоторые отнюдь не ведущие западные марки хорошо известны российскому потребителю, никогда не соприкасавшемуся с ними напрямую. Оказалось, что отечественные курильщики наслышаны о сигаретах Lucky Strike, во-первых, потому, что «их часто курят сыщики в зарубежных детективных романах», а во-вторых, «их курили американские солдаты, открывшие второй фронт в Нормандии». Российские автомобилисты, еще более ограниченные в выборе, чем потребители сигарет, знали и ценили традиционные европейские марки автомашин – Mercedes, BMW, Audi, Rolls-Roys. Ясно, откуда пришло это знание – из радио- и телепередач, из книг и художественных фильмов. Однако, построение рекламы, на основе брэндинга – мало воспринимается российским потребителем, а именно в провинциальной

¹ См.: Денисова Г.С., Гук А. А Маркетинговые исследования российского рынка: опыт анализа// Маркетинг и маркетинговые исследования в России. – 1999. N 1. – С. 8.

России реклама функционирует преимущественно как инструмент рыночной экономики, а не как институт общества потребления.

В начале 90-х на вопрос, например, о том, откуда они знают, что Mercedes – это хорошая машина, российские потребители, видевшие эту машину разве что в кино, дружно отвечали, что она не может быть плохой хотя бы потому, что «на ней ездил Штирлиц». Тем более что о высоком качестве этой машины особо упомянул кто-то из героев знаменитого сериала.

Справедливости ради следует подчеркнуть, что далеко не все каналы проникновения западных марок в Россию были столь виртуальны. В немалой степени популярности этих марок способствовала советская элита, отоваривавшаяся в «Торгсинах», а затем в «Березках». В 60-70-е годы счастливые обладатели чеков и сертификатов могли приобретать в элитных магазинах зарубежные товары, прежде всего качественную одежду и электронику. Последняя все чаще становилась предметом потребительского вожделения советских граждан, обязательным атрибутом «успеха по-советски». Об удивительной надежности западной электроники слагались легенды: ее можно было уронить на землю или в воду, искупать в пыли, в ней могли потечь батарейки, но она все равно продолжала работать, верой и правдой служила своим хозяевам. Именно в этот момент, в эпоху застоя, на российский рынокступили японские гиганты бытовой электроники, и прежде всего компании Sony и Panasonic. Позже, в середине 90-х, российские маркетологи, проводившие исследования рынка электронных товаров, с удивлением обнаруживали, что Sony и Panasonic неизменно лидируют в сознании россиян как наиболее качественные и престижные марки. Позиции обоих гигантов были настолько сильны, что казались неприступными. Не помогала даже демпинговая цена, назначавшаяся некоторыми из конкурирующих фирм на свою практически столь же качественную продукцию.

Как и тридцать лет назад, так и сейчас существуют определенные непоколебимые и явно устоявшиеся марки. Однако, при наступлении очередного года в нашу жизнь все чаще приходят все новые и новые марки. А

это в свою очередь обусловлено глубоким проникновением модных вещей и атрибутов жизни в семью.

Выяснилось, что потребитель, еще не имея опыта использования того или иного товара, экстраполирует на них некоторые свои представления об этносах, внесших наибольший вклад в его изготовление. Российский потребитель, далекий от идеализации немецкой жизни, отдает тем не менее дань глубокого уважения трудолюбию, аккуратности и точности немецких рабочих, инженеров и управленицев. Если товар германского происхождения, то он не может быть плох, потому что немец не пойдет против собственной совести и не станет производить халтуру.¹ На следующей (более низкой) ступеньке принятия решения о выборе товара действовал другой фактор – массовые представления о промышленной истории страны-производителя. В массовом сознании сложился стереотип, согласно которому существует не просто некая общая промышленная история той или иной страны, а конкретная отраслевая специфика каждого из государств-производителей.

На третьей, еще более низкой ступеньке оценки марки начинает работать такой фактор формирования ее имиджа, как история предприятия-изготовителя соответствующего товара или услуги.

Разумеется, наибольшие шансы на успех сегодня у марки с долгой и положительной историей своего развития. А если история той или иной марки вполне длинная, но отнюдь не во всем положительная, то такая марка может стать грузом, тянувшим компанию вниз.

Сделав еще один шаг по ступенькам мотивационной лестницы, определяющей судьбу бренда в России, мы оказываемся на том уровне, на котором акцентируется влияние рекламы и PR. Иными словами, реклама марки становится для российского потребителя косвенным свидетельством в пользу качества ее продукции или товаров. Естественно, не всегда это так. Однако эта логика совершенно не работает, когда речь заходит о финансовых структурах. У них, по мнению потенциального потребителя, нет собственных

¹ См.: Черныш М. Россия держит марку // Сообщение. – 2000. № 5.

денег, поэтому любое рекламное мероприятие, осуществляемое ими, – это не что иное, как расходование средств, доверенных им инвесторами или вкладчиками.

Таким образом, можно говорить о статусе, под которым понимаются представления потребителя о своем месте в обществе и о тех благах, которые общество должно ему обеспечивать. Марка как социальный демаркатор получила широкое распространение тогда, когда общество вступило в эпоху массового потребления. В потребительском обществе она понадобилась не только для того, чтобы открыть покупателю глаза на некоторые свойства приобретаемых им товаров и услуг, но и для того, чтобы обозначить ареал обитания разных социальных групп, позволяя им утвердить свою социальную идентичность. В условиях раннего капитализма проблема решалась проще потому, что рынок наполнялся главным образом продукцией, производимой в малом количестве. Костюмы шились частными портными, сапоги тачались сапожниками-индивидуалами, рубашки изготавливались малыми партиями, каждая из которых имела свои особенности.

Казалось бы, все в этой ситуации предрешено, все определено: производитель товаров для небогатых потребителей должен делать свое дело, контролируя собственный сегмент рынка и тем самым укрепляя авторитет своей марки. На деле же все не так просто: достигнув коммерческого успеха на одном направлении, производитель подвергается соблазну пересечь статусную границу своей марки. Тем более что и очертить границы социального статуса потребителей становится непросто: это стремление производителя совпадает с ответным желанием потребителя освоить престижные марки и хотя бы чисто внешне приобщиться к образу жизни "сильных и богатых". Социологи называют этот феномен "стремлением людей к статусной мобильности", реализацией их желания продвинуться в обществе.

Любопытный пример такого желания приводит американский социолог Л. Фаллерс: в 60-е годы при существовавшем тогда разделении функций в семье одна из задач женщин состояла в том, чтобы определить доход в форме

максимальных статусных ценностей. Иными словами, она должна была потратить деньги так, чтобы семья оценивалась окружающими как успешная, материально обеспеченная. Чаще всего это стремление воплощалось в следовании моде, господствовавшей в обеспеченных слоях. Социологи называли этот феномен «диффузионным эффектом». Марки для богатых постепенно становились достоянием все более широких масс населения. В результате проблема поиска идентичности становилась актуальной для законодателей массовой моды – богатых и успешных слоев населения.

Капиталистическому обществу в истории большинства народов предшествовало общество, которое чаще всего называют традиционным. Одним из важнейших регуляторов потребления в нем является обычай. Ему на смену пришел капитализм, индустриальное общество, где место обычая в значительной мере занимает мода, выросшая из обычая. Обычай, конечно, не отмирает, но теряет роль главного регулятора потребительского поведения. Мода – это одна из социальных норм, характерных прежде всего для индустриального и постиндустриального обществ. В качестве социальной нормы мода предписывает членам данного общества определенную модель потребительского поведения. Мода как социальная норма носит внешний по отношению к индивиду характер. В частности, она выполняет функцию внешне выражаемого классового обособления.¹

Мода превращается в ценность, когда внешняя норма модного поведения принимается индивидом, становится его внутренней потребностью, желанием. В этом случае мода выступает в качестве внутреннего компаса потребительского поведения. А люди добровольно стремятся быть модными. Структура моды включает в себя модные объекты и модные стандарты поведения. «Модные объекты – это любые объекты, которые оказываются «в моде»². В их числе – одежда, пища, алкогольные напитки, табачные изделия, произведения музыки, живописи, литературы, архитектурные модели, стиль

¹См.: Ильин В.И. Поведение потребителей – СПб: Издательство «Питер», 2000. С.111.

² Гофман А. Мода и обычай // Рубеж: альманах социальных исследований. – 1992. Вып. 3. С. 123-142.

жизни, виды спорта и т.д. Правда, одни предметы, типы поведения чаще оказываются в роли модных объектов, другие реже. Так, одежда, популярная музыка в наибольшей мере подвержены моде, в то время как жилище, еда – в значительно меньшей. При этом прослеживается некоторая связь между утилитарными свойствами вещи и ее способностью быть модной. Иначе говоря, если вещь удовлетворяет жизненно важные потребности человека, то она менее подвержена моде.

Как сказал В. Зомбарт, «чем бесполезнее предмет, тем более подчинен он моде».¹ Наиболее явно это демонстрируется ювелирными изделиями, украшениями одежды, поп-музыкой и т.п. При этом этот критерий полезности может распространяться как на целую вещь, так и на ее отдельные части. Сама вещь может быть жизненно необходимой и выпадать из сферы капризов моды (например, мода в холодных странах не включает колебания от теплой к легкой одежде). Однако ее характеристики, сильно не влияющие на ее способности удовлетворять базовые потребности людей, могут быть распространенными модными объектами (например, фасоны одежды, обуви, формы автомобильного кузова или домашней мебели). Модные стандарты поведения могут быть как чисто поведенческими актами, следующими определенной модели (например, модные танцы), так и моделями поведения, предполагающими использование модных объектов (ношение модной одежды, обладание модной мебелью).

Как и любая иная социальная норма, мода опирается на санкции. Однако ее санкции носят относительно мягкий характер: быть модным хорошо, но на этом основании человек не станет национальным героем или вождем, быть немодным нежелательно, но игнорирование моды обычно не чревато социальной изоляцией, строгими мерами наказания. Лишь в некоторых молодежных и артистических кругах мода приобретает относительно жесткий характер. Доминирование традиционных форм организации жизни, что делает

¹ Зомбарт В. Буржуа. Этюды по истории духовного развития современного экономического человека. - М.: Наука, 1994.— С.443.

непопулярным стиль питания и стиль потребления, пропагандируемый на отечественном рынке западными фирмами. Выделенные особенности существуют и связаны не только со стилем жизни большинства семей, но и с доминирующими ценностями, культурными особенностями населения различных регионов.

Мода как социальная норма носит конкретно-исторический характер, т.е. она присуща лишь конкретным типам общества, и во временном измерении не носит универсального характера. Мода является частью массовой культуры населения данной страны. Она удовлетворяет потребность быть не как все, а как лучшие группы данного общества.

В современной России вещи перестают символизировать жизненный путь своего хозяина, быть означаемыми его идентичности, они начинают определять статус, богатство своего обладателя. Существуют семьи, в которых решающим звеном при выборе продуктов потребления является мужчина, в других – женщины формируют потребительские предпочтения. В основном главными объектами рекламы являются женщины. Однако, существует еще одна отличительная особенность медиаобраза – высокая потребительская активность. Назовем ее так: «Настоящий мужчина», он компетентен в мире потребления, обладает необходимым знанием, позволяющим делать выбор, и считает потребительскую активность нормой жизни, а потребление – «мужским» видом деятельности.

Главная отличительная черта предметов, составляющих идентификационную систему нормативной маскулинности, – престижная марка и высокая цена, что говорит о демонстративности, нарочитой показательности социальной, гендерной привилегированности по сравнению с женщинами и другими, «ненастоящими» типами маскулинности. Бренд для каждого элемента идентификационной системы выполняет две функции: утилитарную, означая качество («надежность») и идентификационную, определяя статус владельца. Номенклатура материальных атрибутов, обладание которыми предписывается настоящим мужчинам, охватывает практически все сферы жизнедеятельности:

средства передвижения, оружие, аудио и видео техника, одежда, парфюмерия, алкогольные напитки и табачные изделия и т.д.

Средства передвижения (автомобили, мотоциклы, яхты, скутеры, катера и др.) – наиболее знаковые предметы нормативного мужского потребления, что обосновано устойчивой ассоциацией с публичностью, могуществом, с тем, что «мужчина царит во внешней сфере». Несмотря на пропагандистский лозунг «машина – не роскошь, а средство передвижения», автомобиль всегда был символом социального и финансового успеха советского человека. Трудности, связанные с приобретением машины, только увеличивали ее символическую значимость, повышая статус ее владельца. Отсутствие выбора на советском автомобильном рынке делало главным атрибутом модельной мужественности сам факт наличия машины, ее владелец надеялся «функцией победоносности». В современных условиях акцент сместился с дилеммы наличие (отсутствие) на марку автомобиля, ее престижность, социокультурную значимость. Именно марка машины представляет собой транслятор информации о статусе его владельца, фаллическую и, вместе с тем, нарциссическую самопроекцию, могущество, очарованное собственным образом. В материалах изданий отдается бесспорное предпочтение известным зарубежным маркам, таким как «Mercedes», «BMW», «Faulkswagen», «Ford», «Opel», «Peugeot», «Renault», «Fiat», «Nissan» и другим. Владение автомобилем превращает «настоящего» мужчину в «хозяина пространства», делает его мобильным, реактивным, независимым от муниципальной транспортной системы, является подтверждением не только его материальной состоятельности, но и автономии.

В потребительских предписаниях важен не просто факт наличия того или иного предмета потребления, но его марка и стоимость. «Мужчины разделились на две категории: те, у кого есть карманный мобильный телефон, и те, у кого его нет... И теперь уже каждый мужчина косит на соперника ревнивым глазом: а у него какой?».¹ Таким образом, факт обладания «последней» моделью становится «обязательным фетишем социального

¹ Медведь, № 1, 1995. С. 38

самоутверждения». «Мужские доспехи» не только демонстрируют собственный статус другим, но и определяют другие, «ненастоящие» виды мужественности.

Таким образом, автор диссертации согласен с выводами, сделанными после проведенного эмпирического рекламно-маркетингового исследования¹:

- 1) потребитель России в основной своей массе представляет «рациональный тип потребителя», для которого пока еще основными критериями поведения на рынке выступает цена, а затем качество продукции. Данная поведенческая установка объясняется в первую очередь низким уровнем жизни большинства населения, во – вторую неразвитыми потребительскими мотивами и ориентациями;
- 2) для «среднестатистического» российского потребителя характерно недоверие к рекламе и отсюда низкая реакция на рекламу при принятии решения о покупке;
- 3) наибольший социально-экономический эффект на рынке России имеет реклама, построенная на анализе рациональных характеристик товара (цены и качества), именно к этому типу рекламы более всего расположены потребители, все другие рекламные технологии менее эффективны на отечественном рынке;
- 4) основным социально-демографическим критерием, сегментирующим потребителей по мотивам потребления продукции и восприятия рекламных объявлений, выступает возраст. Молодежь более восприимчива к рекламе и ее различным технологиям. Поэтому рекламные обращения кроме всего прочего должны учитывать возрастные особенности потенциальных и реальных потребителей.

Таким образом, можем сделать вывод, что реклама как общественный феномен является одновременно продуктом общества потребления и фактором его формирующим, а потребление, в свою очередь, – один из главных показателей стиля жизни современной российской семьи.

¹ См.: Комарова С. Н. Институт рекламы в современной России: соотношение экономических и культурных функций // Автореферат диссертации на соискание кандидата социологических наук, Ростов-на-Дону, 2001.

§2. Влияние уровня дохода и потребления на формирование стиля жизни российской семьи

В настоящее время вполне актуально понятие «стиль жизни» российской семьи выглядит как «проявление особенностей семейной организации, приемов и навыков трудовой деятельности, в выборе круга общения, в характерных способах самовыражения, в специфике потребления товаров и услуг, в организации непосредственной социальной и культурной среды, в характере использования свободного времени».¹

На сегодняшний день, как подчеркивает Г.В. Еремичева², выделяются две основные тенденции современных исследований потребления. С одной стороны, ученые сосредоточивают свое внимание на экономическом и социальном неравенстве современного общества, на трансформациях его социальной структуры; различия в сфере потребления рассматриваются как социально-групповые различия в жесткой классово-слоевой стратификации. Именно через поведение индивида на рынке труда и потребительском рынке некоторые исследователи определяют принадлежность его и его семьи к классу, слою, социальной группе. С определенной позицией людей в социальной структуре они связывают многообразие стилей жизни их семей и формы потребительского поведения, самоидентификацию.³ Данная позиция находит свое подтверждение в теории П. Бурдье, понявшего и истолковавшего культуру как совокупность инструментов идентификационных стратегий⁴.

Вторая точка зрения описывает иное видение социальной реальности. Последняя открывается, когда неравенство начинает пониматься как инаковость, несходесть и, в конце концов, как плюрализация и

¹Раппорт С.О. О стилях жизни городской интеллигенции // Человек и его образ жизни. (Социологические аспекты). – Вильнюс, 1987. – С. 148.

²См.: Еремичева Г.В. Изменения тенденций потребительского поведения петербуржцев за годы реформ и подходов к его изучению// Социология потребления/ Под. Ред. Л.Т. Волчковой, Ю. Гронова, В.Н. Мининой. – СПб.: Социологическое общество им. М.М. Ковалевского, 2001. С. 64.

³ См.: Радаев В., Шкаратан О. Социальная стратификация. – М., 1996. – С. 302-304.

⁴ См.: Бурдье П. Структура, габитус, практика. // Журнал социологии и социальной антропологии. – 1998. Том 1. № 2.

индивидуализация стилей жизни, жизненных форм, моделей потребительского поведения и т.д.¹ Данная точка зрения основное внимание исследователей фокусирует на изучении обыденной повседневной жизни людей, воспринимающих лишь пересечением типизаций, а социальная структура определяется как «вся сумма типизаций, созданных с их помощью повторяющихся образцов взаимодействия. В качестве таковой социальная структура является существенным элементом реальности повседневной жизни».²

Сущность переходного периода — во взаимовлиянии и конкуренции этих возможностей (направлений) развития, что приводит к «кристаллизации» одних и «исчезновению» других, менее эффективных способов деятельности в быстро меняющемся мире.

К настоящему времени в социальном «котле» российского общества образовались и отчетливо проявляются несколько центров субъектной активности вместе с продуцируемыми ею стилями жизни. Каждый из них имеет свое «силовое поле» притяжения разнородных социальных сил, узловые точки роста социальной реальности. Взаимодействуя между собой, образуя причудливые сочетания конкретных типов жизнедеятельности, они формируют вполне определенные, эмпирически фиксируемые черты семьи, мотивации и способов труда, образцы самоидентификации, восприятия и отношения к миру.

К настоящему времени в обществе медленно, мучительно, противоречиво, но идет переход от некогда «могучего» унифицированного и, надо сказать, притягательного для многих «советского» образа жизни к многообразным моделям жизнедеятельности, нередко сталкивающимся друг с другом своими достаточно острыми краями. В жизнедеятельности населения постсоветской России наблюдается невиданная ранее пестрота моделей поведения. В стиле жизни отчетливо проявляются три слоя:

1) «пережитки социализма», т.е. черты поведения, которые унаследованы от эпохи СССР;

¹ См.: Ионин Л.Г. Культура и социальная структура // Социс. – 1996, №2. – С. 3-12.

² Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. – М., 1995. – С. 57-58

2) «пережитки российского капитализма» - вернувшиеся из прошлого черты дореволюционного образа жизни;

3) новые модели поведения, не наблюдавшиеся ни в советской, ни в дореволюционной России.

Последние, в свою очередь, возникают в результате:

а) адаптации населения, семей к новым политическим и экономическим отношениям, которые сформулировались в России в 90-е годы;

б) заимствования тех или иных черт образа жизни у населения других стран; возникновение дисфункций и отклонений в поведении, связанных с резким переходом от советского к постсоветскому режиму.¹

Вернемся теперь к анализу стилей жизни современных российских семей. Согласно концепции П. Бурдье различия в стиле жизни обусловлены объемами и соотношением экономического и культурного капиталов агентов. Анализируя эмпирические данные, он изображал расположение классов в социальном пространстве в координатах общего. Ниже мы остановимся главным образом на особенностях потребительского поведения, которое отображается в трех полях: поле материального потребления (выраженном в первую очередь в накопленных предметах имущества и недвижимости); поле текущего потребления (выраженном в данном случае в потреблении товаров и услуг); поле досугового поведения.

В начале кризиса 1993-1994 гг. почти все семьи испытали шок, так как экономическая ситуация и уровень материального потребления большинства россиян ухудшились. Основными чертами семейных паттернов потребления того времени в связи с привычкой жить в условиях всеобщего дефицита, стали, во-первых, значительное перераспределение потребительских статей бюджета в сторону увеличения затрат на питание вследствие сокращения бюджета семьи в целом, во-вторых, постоянное создание и использование различных запасов продуктов и товаров. Данные изменения затронули все сферы потребления:

¹ См.: Рывкина Р.В. Образ жизни населения России: социальные последствия реформ 90-х годов // Социс. – 2001. № 4. С. 34-35.

досуг, спорт, отдых.¹ Однако в последнее время в моделях потребления некоторых российских семей появились черты, свойственные рыночному обществу, а изменение потребительского поведения происходило в тех семьях, в которых хотя бы один член семьи работал в частном секторе экономики или имел свой бизнес. Благодаря этому происходил рост личного потребления, приблизивший стиль жизни таких семей к западным стандартам.² Внутри общества активно шло и идет преобразование моностилистической культуры в полистилистическую.

Еще в 1970-х годах западными специалистами было сделано исследование, показавшее, что большинство всех потребительских решений принимают женщины.³ Именно женщины обычно формируют семейные вкусы и предпочтения и являются главным объектом рекламы. В последнее время в России появилось огромное количество иллюстрированных журналов определенной направленности («Домовой», «Караван историй», «Домашний очаг», «Elle», «Vouge», «ОНА» и т.д.), большинство из которых предназначены исключительно для женщин. Образ женщины как «рациональной домохозяйки» превалирует в таких изданиях.⁴ Обычно в подобных изданиях западный стиль жизни преподносится как совершенный. Новую структуру потребностей и новую референтную группу формируют также западные фильмы, особенно американские, демонстрирующие западный стиль потребления наиболее привлекательно и эффективно. Бесконечные телесериалы играют не последнюю роль в формировании вкусов тех, кто их смотрит, тем более что в них показывают «красивую» жизнь, подсознательно навязывая свои стандарты потребления.

Существует и другой путь формирования новых потребительских паттернов – путешествия за границу, основной целью которых является комфортабельный отдых. Появилось множество познавательных и

¹ См., например: Повседневность 90-х глазами петербуржцев / Ред. И. Травин, Ю. Симпура. – СПб.: Европейский Дом, 1999.

² См.: Блаженкова О., Гурова Т. Класс. Средние русские // Эксперт. – 2000. №34-35. – С. 24.

³ См.: Энджеялл Джеймс Ф., Блэккуэл Роджер Д., Миниард Пол У. Поведение потребителей. – СПб.: Питер, 1999.

⁴ См.: Социология потребления / Под ред. Л.Т. Волочковой, Ю. Грекова, В.Н. Мининой. СПб.: Социологическое общество им. Ковалевского, 2001.

образовательных туристических программ. Вследствие таких знакомств с западным стилем жизни некоторые странствующие пересматривают свой собственный образ жизни. В частности, число российских граждан, выезжавших в дальнее зарубежье, в 1999 году составляло 8449 тыс. человек. Среди них 33,9% – поездки по частным приглашениям, 30,4% – с целью туризма, 17,4% – деловые поездки. Они способствуют сближению образа жизни представителей разных культур. Среди населения г. Саратова в 2003 г. за границу выезжали 4000 человек старше 16 лет. Граждане, выезжающие за границу с деловыми целями, составляют 40% среди опрошенных, побывавших за кордоном, 20% посещали родных и знакомых, 20% ездили учиться, а 20% – экскурсанты и туристы.¹

Таким образом, все выше перечисленные факторы как формируют новые стандарты в сфере потребления, так, вместе с тем, и сами являются элементами новой модели потребления.

Ассортимент товаров на потребительском рынке в конце 1990-х гг. значительно расширился и улучшился. Первичные элементарные потребности (закон иерархии потребностей по Маслоу²) изменяются, становясь более сложными, утонченными (простая одежда – мода, простая еда – деликатесы, простая техника – модернизированная и фирменная). Индивидуальные покупательные способности некоторых семей стали расти, таким образом, деньги, оставшиеся после покупки вещей первой необходимости, тратились на что-то другое либо инвестировались.

Из жизни многих саратовских семей постепенно уходит понятие «отложенного спроса», то есть появляются стратегии долгосрочного планирования крупных покупок, как уже было сказано, выявляются возможности для постепенного накапливания денег для их осуществления. С развитием потребительского рынка привычка создавать большие запасы

¹ Текущий архив исследования R-TGI «Всероссийское исследование стиля жизни и уровней потребления», проводимого компанией «Комкон-Саратов» в течение 2003 года в г. Саратове.

² См.: Maslow A. H. Motivation and Personality. – 2nd ed.– N. Y., 1970.

постепенно утрачивается, правда, в некоторых семьях из-за нехватки денег, а в других – из-за перехода на иной уровень потребления.

Взаимодействие человека и мира вещей, их практическое использование и символический смысл представляют собой традиционное исследовательское поле философии и социологии. С точки зрения стиля жизни поле вещей — это область повседневных практик семьи, являющихся результатом ее прошлых решений в сфере потребления и определяющих ее поведение относительно их использования. В результате многих исследований было установлено, что существует взаимосвязь структуры имущества с объемом доходов и образования (т. е. человеческим и экономическим капиталом), способами проведения свободного времени и ценностями людей. Кроме того, часто именно предметы длительного пользования и недвижимость выступают наиболее ярким индикатором принадлежности человека (или семьи) к определенному социальному или доходному слою — качество и местоположение жилья, наличие (и марка) машины, загородного дома, обстановка квартиры, предметы домашнего обихода.

Возрастает обеспеченность населения предметами культурно-бытового назначения длительного пользования. В саратовской области на 100 домохозяйств в 2002 г. приходилось 120 телевизоров, на конец 2003 г. – 121; холодильников, морозильников – 123 и 121 в 2002 и 2003 гг. соответственно.¹ Электропылесосами обеспечены 65 из 100 домохозяйств в 2002 г. и 70 – в 2003 г. По данным саратовского областного комитета статистики в нашей области на 100 домохозяйств в 2002 г. приходилось 29 легковых автомобилей, а на конец 2003 г. эта величина составила уже 33. Перед крупными покупками 47,5% населения Саратова внимательно изучают всевозможную информацию по поводу будущего приобретения.² А 76 % населения заранее планируют важные покупки.

¹Текущий архив территориального органа федеральной службы государственной статистики по Саратовской области

² Там же.

Существенной чертой новой модели потребления семей в период трансформации России по мнению диссертанта является появление новых критериев для потребительского выбора. В частности, ранее наблюдалась модель советского стиля потребления, называемая Яношем Корнаи стратегией «маневрирования» потребителя.¹ Однако сейчас наблюдается переход на иной уровень потребления. Помимо фактора низкой цены появляются новые критерии покупки в потребительском поведении саратовских семей, в частности, качество товара, марка (бренд), конкретные потребительские свойства (например, экологичность, натуральность продуктов, содержание в них консервантов), статус магазина. Это подтверждают данные всероссийского исследования потребительских предпочтений и стиля жизни российских семей, проведенного компанией «Комкон-2» в 2003 г.

50,6% саратовских респондентов² готовы платить больше денег, зная, что продукт экологически чистый; по-прежнему, главным при выборе является его качество, так считают 75,9 % населения, а за хорошее качество готовы платить больше 52,7% населения. Причем 66,5% (533000 человек) покупают только те товары, в качестве которых уже убедились. Престижные, дорогие магазины посещают лишь 7,9% населения (63,3 тыс. человек); чуть больше половины жителей г. Саратова живут по принципу: «мы не такие богатые, чтобы покупать дешевые вещи». Практически все деньги тратят на продукты питания 32% (257 тыс. человек). Импортные продукты питания покупают лишь 9,1% населения (около 73 тыс. человек). Часть респондентов считает, что качество российских товаров ниже импортных (35,6% населения); однако, противоположной точки зрения придерживаются 37,6%. Большая часть населения (40,9%) не покупают незнакомые марки товаров даже ради экономии, а 21,7% это делают. Большинство, а именно 56,2%, если уже являются приверженцами какого-либо бренда, то всегда стараются покупать именно его. 30,5% населения предпочитают переплатить, но купить товар известной марки, а 39,6% из числа

¹См.: Корнаи Я. Дефицит. – М.: Наука, 1990.– С.474.

²Текущий архив исследования R –TGI «Всероссийское исследование стиля жизни и уровней потребления», проводимого компанией «Комкон-Саратов» в течение 2003 года в г. Саратове.

опрошенных считают, что продукция известных фирм более качественная. Для 37,3% населения главным при выборе товара остается его цена, 24,1% лояльно относится к его цене, а 61,9% населения стараются все-таки искать менее дорогие продукты или товары.

Таким образом, можно сказать, что наиболее существенной чертой в отношении потребления продуктов стало стремление многих респондентов к здоровому, сбалансированному питанию. Медицинское просвещение с помощью масс-медиа постепенно формирует у потребителя экономический интерес к полезным для здоровья, экологически чистым продуктам, что постепенно меняет структуру потребностей в этой области. Причем стремление к здоровому питанию неразрывно связано с предпочтением отечественных продуктов питания, а не зарубежных, которые по мнению опрошенных являются менее качественными, свежими, а самое главное – менее натуральными.

Следует согласиться с мнением А.Н. Волчковой, В.Н. Мининой и другими исследователями¹, предложившими использовать при изучении поведения потребителей на продовольственном рынке три следующих стратегии²:

1. Стратегия инструментального действия.

В соответствии с данной стратегией потребитель действует предельно рационально, т.е., стремясь удовлетворить физиологические потребности自己 и семьи, он ориентируется на минимальную цену даже в ущерб качеству. Таким образом, диссертант делает вывод, что решающим фактором при покупке товара является его цена.

2. Стратегия рационального действия.

В рамках данной стратегии потребитель при выборе товаров ищет оптимальное соотношение цены и качества. Однако оптимизация данного соотношения достигается с учетом месторасположения предприятия торговли. Таким образом, стратегия рационального действия – это целенаправленная

¹См.: Волчкова Л.Т., Минина В.Н., Ганскую Е.Г., Волчков А.Н. Стратегии потребительского поведения населения на рынке продовольственных товаров Санкт-Петербурга (Материалы эмпирического исследования).– СПб., 2000.

² См.: Овсянников А.А., Петтай И.И., Римашевская Н.М. Типология потребительского поведения. – М., 1989.

деятельность субъекта, опирающаяся на строгий расчет соотношения результата и затрат, основывающаяся на выборе наиболее рационального пути удовлетворения потребности.

3. Стратегия традиционного действия.

В пределах данной стратегии потребитель воспроизводит устойчивые схемы поведения, обусловленные его привычками и традициями семьи. Небольшие колебания цен могут абсолютно игнорироваться, однако при резком повышении стоимости товаров данная стратегия нарушается, так как индивид уже не имеет средств для поддержания привычной модели потребления. В этой ситуации (невозможностью удовлетворения потребностей традиционным путем) индивид выходит на целерациональное поведение.

Проанализировав потребительское поведение жителей г. Саратова, можно сделать вывод, что данные стратегии встречаются и у нас.

Благодаря использованию различных источников данных, стало возможным выбирать и сравнивать какие либо товары или услуги. Потребители могут осуществлять поиск, не выходя из дома, в частности, благодаря программе «Впрок», саратовской передаче «Спрос», журналам и газетам специфической направленности, например, газетам «Элеком», «Телеком». Предпокупочные оценки можно вести благодаря глобальной сети Интернет.

Потребительские предпочтения во многом формируются благодаря масс-медиа. Такие выводы можно сделать, опираясь на анализ данных социологического исследования, проводимого компанией «Комкон-2» в Саратове в 2003 году, согласно которым 53,7% населения прежде чем что-то купить, стараются узнать мнение других об этом товаре. Обычно просматривают бесплатные газеты, листовки, приходящие домой – 45,6% населения. Стараются использовать рекламные купоны, дающие скидку – 28,3%. Если нужна конкретная информация, то рекламу в прессе читают 51%; 32,1% интересно читать о новых товарах и услугах; но в то же время по мнению 47,6% населения реклама никак не влияет на решение о покупке. Более того,

рекламе не верят 53,4%, а 69% она вообще раздражает. 37,9% в газетах и журналах вообще не обращают на нее внимания.

Основные слушатели «1 кнопки» радиоприемника – это люди не вписавшиеся в изменившиеся условия. Такие радиостанции как «Маяк» и «Радио России» предпочитают слушать люди с консервативными взглядами на жизнь и роль мужчины в обществе. Радиостанции вещающие в FM–диапазоне слушают люди с высокой потребительской и покупательской активностью, энергичные, легкие в общении.

Во время телевизионного блока рекламы 41,2% населения Саратова переключает телевизор на другой канал; продолжают смотреть рекламу 12,1%; отвлекаются на другие дела, но не переключают канал 32,4%. Если сравнить радио- и телевизионную рекламы, то по мнению респондентов реклама на радио менее навязчива, чем на ТВ, так считают 46%. Однако, есть индивидуумы, которые покупают лишь те товары, рекламу которых они где-то видели или слышали, таких оказалось 16,4%.

Все большее значение социологи придавали и придают коммуникативной функции семьи. Можно назвать следующие компоненты этой функции: посредничество семьи в контакте своих членов со средствами массовой информации (телевидение, радио, периодическая печать), литературой и искусством; влияние семьи на многообразные связи своих членов с окружающей природной средой и на характер ее восприятия; организация внутрисемейного объединения.

Таким образом, можно говорить о том, что радио- и телевизионное вещание является одним из эффективных средств организации и совершенствования рекламной деятельности. Это существенный фактор формирования и развития современного стиля жизни российских семей. Именно рекламой обеспечивается статус товаров и услуг, именно она создает образ товара или фирмы.

В настоящее время количество россиян, имеющих доступ в Интернет из дома или с работы увеличилось по сравнению с 1997 годом в 3 раза и

составляет около 1400 тыс. человек, проживающих в городах с населением более 250 тыс¹. По данным Фонда «Общественное мнение», 16% пользователей интернета проживают в Москве. Также 16% всех российских интернетчиков живут в Северо-Западном регионе, 16% приходится на Центральный регион, не считая Москву, 17% пользователей Сети проживают в Поволжском регионе, 13% – в Сибирском, 11% – в Южном, 6% – в Уральском, 4% – в Дальневосточном регионе. Большая часть российских интернетчиков (42%) выходит в Сеть с рабочих компьютеров, 35% пользуются интернетом дома, 20% – используют для этой цели компьютеры по месту учебы, 18% – компьютеры друзей, 11% пользуются услугами интернет-кафе, 3% – используют для доступа другие места. В саратовской области Интернетом пользуются 5,5% населения (44 тыс. человек)², не пользуются соответственно, 94,5%. В целом по стране семья интернет-пользователя почти вдвое (в 1,88 раза) состоятельнее семьи «среднего россиянина» такого же размера.³

Среди российских интернетчиков по-прежнему преобладают мужчины. 20% пользователей находятся в возрасте 18–24 года, 20% – 25–34 года, 10% – 35–44 года, 6% – 45–54 года, 1% – 55 лет и старше. 32% пользователей интернета имеют месячный доход в размере 100 у.е. и более, 11% – от 51 у.е. до 99 у.е., а 5% – до 50 у.е. в месяц. Самые состоятельные интернетчики проживают в Москве и Северо-Западном регионе. 59% москвичей, пользующихся Сетью, имеют доход от 100 у.е. и более, такой же доход у 37% жителей Северо-Западного региона. Между тем, в среднем по России этот показатель составляет всего 32%.⁴

Сейчас уже можно говорить о Всемирной Сети Интернет, как о самостоятельно сложившемся рынке со своими особенностями, продавцами и покупателями, причем для России также характерно увеличение он-лайн

¹ См.: Пчелинцева Е.Г., Климов В.А. Социодинамика интернет-сообщества в современном российском обществе // Некоторые проблемы социально-политического развития современного российского общества: Сб. науч. трудов.– Саратов: Изд-во «Надежда», 2003. – Вып.10. С. 65-67

² Текущий архив исследования R –TGI «Всероссийское исследование стиля жизни и уровней потребления», проводимого компанией «Комкон-Саратов» в течение 2003 года в г. Саратове.

³ См.: Галицкий Е. Ю. Свойства российской аудитории Интернета по данным регулярных исследований Фонда «Общественное мнение» 11.11.2002 <http://www.fom.ru>

⁴ Там же.

продаж. Основными товарами, продаваемыми в Интернет, являются книги, на втором месте CD и видеокассеты, наконец, на третьем месте – компьютеры, аксессуары, телефоны, офисная техника. Однако, сама сеть Интернет представляет собой не только он-лайн магазин, где можно купить любую интересующую вас вещь, это еще и средство массовой информации. В последнее время все больше и больше людей обращают внимание на информацию, размещенную в сети. Часть пользователей стремиться представить информацию о себе и своей продукции именно в Интернет, потому что на страничках глобального информационного пространства можно разместить гораздо больше информации, нежели в печатных СМИ, на телевидении или радио. Приблизительно 29 тыс. человек в Саратове пользуются Интернет, когда им нужна конкретная информация; к услугам, рекламируемым в сети, прибегают около 27 тыс. 16 тыс. человек покупали товары, представленные во всемирной паутине, а 43 тыс. узнают здесь о новых товарах и услугах.

На основе предпочтений семьями различных журналов можно судить об их стиле жизни. В частности, «Наука и жизнь», «Спрос» – журналы, которые предпочитают люди, тщательно выбирающие товары прежде, чем совершить покупку, они ориентированы на отечественные продукты питания, данный тип семьи осторожно принимает решения, имеет консервативные взгляды. Люди, принадлежащие к такому психографическому типу, как «Мужской», интересуются техникой, автомобилями, этим объясняется их предпочтение информативных журналов («За рулем», «Hard & Soft»). Целевая аудитория для ежемесячных изданий «Playboy», «Ом», «PC Magazine» – активные, общительные люди, ориентированные на западные товары. Такие журналы как Elle, Cosmopolitan, Домовой объединяют единая концепция – «модные глянцевые журналы» – их читатели хотят и могут покупать новые продукты, товары и услуги, как правило, делают это раньше других, У них достаточно высокий уровень жизни. Реклама этих журналов отвечает их ожиданиям. Однако, в основном, а это 65,9% респондентов, считают, что журналы

перегружены рекламой, а 23% думают о демонстрации своего престижа при их прочтении.¹

Население России, особенно молодежь, весьма успешно интегрируется в западный образ жизни – начиная с массовой компьютеризации и кончая моделями одежды, стереотипами отдыха и развлечений, трудовыми притязаниями.² Появившиеся в семьях компьютеры, мобильные телефоны, меняют стиль жизни семьи. Несмотря на высокие затраты в бюджете семьи на современные виды связи, от них уже невозможно отказаться либо в силу реальной необходимости, либо в силу сохранения нужного имиджа. Таким образом, диссертант утверждает, что потребность в том или ином виде связи растет и становится достаточно насущной.

Как уже говорилось в первом параграфе второй главы, некоторые предметы потребления являются скорее символами определенного стиля жизни, элементами показного потребления. Благодаря своей наглядности эти предметы служат отличным символом классовой принадлежности. В отличие от Запада, где телефон уже стал миниатюрной переносной оргтехникой с мобильной интернет-связью, у нас новые модели привлекают прежде всего количеством мелодий, игр, экранов и перламутровыми футлярами. Отсутствие телефона у индивида создает ему дискомфорт, поскольку многими воспринимается как признак принадлежности к низшим слоям общества, чуть ли неполноценности. Телефонный бум у нас был воспроизведен спецификой потребительской мотивации, а не объективным ростом доходов и качества жизни. Сотовым телефоном пользуются всего лишь 130 тыс. населения нашего города. Обладателями мобильной связи в последние годы стало почти 84 тыс. человек. Владельцами сотовых телефонов являются в основном респонденты в возрасте от 17 до 50 лет (см. таблицу 1):

¹Текущий архив исследования R-TGI «Всероссийское исследование стиля жизни и уровней потребления», проводимого компанией «Комкон-Саратов» в течение 2003 года в г. Саратове.

²См.: Рыкина Р.В. Образ жизни населения России: социальные последствия реформ 90-х годов // Социс.– 2001. №4. С. 34.

Респонденты, пользующиеся сотовыми телефонами

Возраст	Пользуются
до 16 лет	1,10%
17-24	29,30%
25-34	30,30%
35-50	21,60%
50 лет	4,50%

Материальное положение даже семей мелких предпринимателей (челноков и т. п.) почти на порядок выше, нежели у населения России в целом. Так, если у основной массы (около 70%) населения России возникают трудности уже с покупкой одежды, то семьи предпринимателей не знают, что это такое, они в 6 раз лучше обеспечены новыми автомобилями; более чем в 4 раза — компьютерами и другими современными престижными предметами длительного пользования.¹

По данным всероссийского исследования потребительских предпочтений и стиля жизни, лишь 14,9% населения г. Саратова пользуются компьютерами (дома, на работе, в школе, институте или в каком-либо другом месте), причем компьютер есть лишь в 7 семьях из 100². Однако нужно иметь ввиду, что судьба сегодняшнего пользователя персонального компьютера — это судьба интеллектуального будущего России. А сохранить суверенитет нашей страны, по мнению экспертов, можно в том случае, если в сфере высоких технологий будут работать 2,5–4 млн. человек (3% населения)³.

Таким образом, диссертант полагает, что несмотря на достаточно высокие затраты в бюджете семьи на современные виды связи, от них уже невозможно отказаться как в силу реальной необходимости, так и в силу сохранения нужного имиджа.

¹Стили и образы жизни, новые поведенческие формы / Отчет о работе в 2002 году ИС РАН. М. 2002. С.20-27

²Текущий архив территориального органа федеральной службы государственной статистики по Саратовской области

³ См.: Пчелинцева Е.Г. Компьютерная грамотность как фактор повышения эффективности образования и воспитания молодежи // Некоторые проблемы социально-политического развития современного российского общества: Сб. науч. трудов. – Саратов: Изд-во «Надежда», 2002. – Вып. 9. С. 162-164.

Согласно концепции Д. Ритцера,¹ современное общество охвачено процессом «макдонализации», т.е. процессом, посредством которого принципы, применяемые в организации ресторанов fast food, начинают доминировать во все большем числе секторов современного общества. Однако в последних своих работах он вводит более обобщенное понятие «новые средства потребления», имея в виду весь спектр форм концентрированного и комплексного предложения товаров и услуг, превращающих их приобретение и использование в особый род занятий, в важную составляющую образа жизни. К числу новых средств потребления можно отнести рестораны быстрого питания (например, в Саратове это Burger's Royal, Mc Donald's), супер- и гипермаркеты, тематические парки развлечений, круизные лайнеры и т.д.²

Российские семьи также являются потребителями всевозможных услуг. В начале реформ именно объем потребления услуг упал в наибольшей степени, а рост пользования платными услугами демонстрировали прежде всего обеспеченные слои населения. В настоящее время наблюдается значительная реструктуризация сферы услуг современной России, т.е. те услуги, которыми пользуется российское население сегодня, ни по структуре, ни по качеству не соответствуют услугам советского времени.

Существует несколько типов услуг. Первый тип условно можно назвать «услугами, связанными с инвестициями в человеческий капитал». К ним отнесем услуги в сфере образования, здоровья. Второй тип – бытовые услуги, связанные с ремонтом жилья, автомобиля, бытовой техники, а также личные услуги — шофера, адвоката, ветеринара, косметолога, спортивного инструктора. Третья группа наименее часто используемых услуг — домашнего характера: уборка квартиры, уход за больными, няня и подготовка семейных торжеств (см. таблицу 2).

¹См.: Ritzer G. The McDonaldization of Society. –California: Thousand Oaks, 1993.– 1 p.

²См.: Ritzer G. The McDonaldization Thesis. – London, 1998.

Таблица 2

Структура использования денежных доходов населения:

в %

	<i>Ноябрь 2003</i>	<i>Декабрь 2003</i>	<i>Справочно: декабрь 2002</i>
Денежные доходы	100	100	100
из них использовано:			
на покупку товаров	49,6	45,9	49,3
оплату услуг	13,8	12,4	14,0
оплату обязательных платежей и разнообразных взносов	7,3	6,8	5,5
прирост сбережений во вкладах и ценных бумагах	6,7	6,5	3,8
покупку иностранной валюты	4,2	4,2	4,3
покупку недвижимости	1,2	1,8	1,2
изменение задолженности по кредитам	-1,7	-1,7	-0,4
Прирост, уменьшение(-) денег на руках	12,0	17,5	16,8

В рамках анализа удовлетворения потребностей в медицинских услугах можно выделить два главных направления:

- 1) обращение в медицинские учреждения;
- 2) покупка лекарств.

Речь идет не только о ставшей в социалистические времена привычной и широко распространенной частной стоматологической практике, но теперь уже столь же широко распространена оплата диагностических обследований и консультаций врачей-специалистов, восстановительное лечение и т.п.

Согласно данным нашего исследования, 56 тыс. человек г. Саратова пользовались платными медицинскими услугами, в основном это люди, чей доход на одного члена семьи составляет от 1500 до 4000 руб., однако бесплатно услугами здравоохранения воспользовались 432 тыс. человек. По данным Саратовского облкомстата населению было оказано медицинских услуг на 516,3 млн. руб., услуг правового характера – на 263,7 млн. руб., услуг системы образования на 1138,2 млн. руб., бытовых услуг – на 1875,3 млн. руб.¹ (см. таблицу 3).

¹Текущий архив территориального органа федеральной службы государственной статистики по Саратовской области.

Таблица 3

Объем и структура платных услуг населению:

	<i>Январь-декабрь 2003, млн руб.</i>	<i>В % к итогу</i>	
		<i>январь- декабрь 2003</i>	<i>справочно: январь-декабрь 2002</i>
Платные услуги,	14338,8	100,0	100,0
в том числе:			
бытовые	1875,3	13,1	14,9
пассажирского транспорта	2889,8	20,2	19,1
связи	2240,4	15,6	13,9
жилищные	635,8	4,4	4,4
коммунальные	3190,4	22,3	22,1
культуры	94,5	0,7	0,6
туристские	52,0	0,4	0,3
гостиниц и общежитий	134,5	0,9	0,8
физической культуры и спорта	33,2	0,2	0,3
медицинские	516,3	3,6	3,2
санаторно-оздоровительные	132,7	0,9	1,3
ветеринарные	56,6	0,4	0,4
правового характера	263,7	1,8	1,8
системы образования	1138,2	7,9	7,9
прочие	1085,4	7,6	9,3

Платные медицинские услуги в основном доступны только обеспеченным категориям населения, что подтверждается как данными нашего исследования, согласно которым семьи, оплачивающие медуслуги, в основном концентрируются в трех последних доходных группах, так и данными Госкомстата РФ.

В целом образование занимает у семей с детьми соответствующего возраста одно из ведущих мест в семейном бюджете, наряду с приобретением продуктов питания и оплатой коммунальных услуг, оставляя далеко позади расходы на лечение, развлечения и отдых и приобретение предметов длительного пользования. Если с расходами на школу легко справляется 40% российских семей, то применительно к высшему профессиональному

образованию эта доля падает до 18%.¹ 95% родителей хотят, чтобы их дети после окончания школы продолжили образование, 3% – чтобы они сразу пошли работать, 90% хотелось бы, чтобы ребенок получил высшее образование. Только 8% россиян заявило, что им не приходилось платить деньги за что-либо, связанное с обучением ребенка в школе. Больше 50% опрошенных платило за учебники, канцтовары и ремонт. Вместе с тем не больше 15% платило за какие-то виды занятий. 64% российских родителей предпочитают платить деньги непосредственно преподавателям, а не учебному заведению. Расходы на образование детей составляют больше трети семейного дохода. Более того, расчеты показывают, что при условно одинаковом уровне семейного дохода² члены семей, в которых приходится оплачивать услуги образования или здравоохранения, дают, как правило, более низкие субъективные оценки динамики материального положения своих семей как в прошлом, так и в будущем. Это лишь подтверждает, что необходимость подобных расходов тяжелым грузом ложится на семейный бюджет не только высокодоходных семей, но и, что особенно важно и тревожно, низкодоходных.

Итак, вышеприведенные результаты свидетельствуют о широком распространении платных услуг в сфере образования и здравоохранения. Масштабы «платности» услуг данного вида таковы, что могут восприниматься, как элемент стандарта российского образа жизни, при этом невозможность оплаты будет восприниматься как значимое лишение, исключение из преобладающего стиля жизни.

Сложившиеся цены на рынке медицинских и образовательных услуг достаточно высоки относительно среднедушевых денежных доходов населения, поэтому большинство платных медицинских и образовательных услуг доступны только обеспеченным слоям населения. В случае наличия потребности в платных услугах образования и здравоохранения даже

¹ См.: Вступительный доклад Кузьмина Я. И. Конференция ГУ-ВШЭ по экономическому мониторингу образования 18.04.2003

² т.е. при сравнении субъективных оценок материального положения своих семей данных респондентами, включенными в одну и ту же группу по уровню семейного дохода - например, высокодоходные 20% населения или, наоборот, низкодоходные 20%.

среднеобеспеченные семьи испытывают серьезные материальные затруднения. Государственная политика предоставления льгот на оплату дорогостоящих медицинских услуг и лекарств не решает данных проблем, поскольку в 50-60% случаев льготные категории граждан не могут реализовать имеющиеся у них льготы из-за виртуального финансирования социальных программ. На фоне снижающегося уровня жизни населения России такое положение существенно усугубляет и без того высокий уровень дифференциации уровня благосостояния жителей страны, и является дополнительным фактором нагнетания социальной несправедливости в обществе.

Экономическая активность человека во многом определяется состоянием его здоровья. Как показывают исследования в области здравоохранения, в России у людей после преодоления сорокалетнего рубежа значительно ухудшается состояние здоровья и резко возрастает инвалидность. Индивид – хозяин своего тела и использует его, исходя из сформированных в нем обществом потребностей, интересов, представления о возможностях их удовлетворения.¹ Человек вплетает свое тело в контекст социальных отношений и делает его своим инструментом в достижении социальных целей. Ж. Бодрийяр отмечает, что «способ организации отношений к телу отражает способ организации отношений к вещам и социальные отношения». В капиталистическом обществе тело человека может использоваться как форма капитала, т.е. приносить доход. Соответственно в него вкладывают средства. В тело инвестируют, чтобы получить отдачу.² Отношение к здоровью характеризуются активным образом жизни, в частности отношением к спорту. Здоровый образ жизни – это комплекс оздоровительных мероприятий, обеспечивающих гармоническое развитие и укрепление здоровья, повышение работоспособности людей, продление их творческого долголетия. Он включает в себя плодотворную трудовую деятельность, отказ от вредных привычек, оптимальный двигательный режим в виде регулярных занятий физкультурой и

¹См.: Ильин В.И. Поведение потребителей. – СПб: Издательство «Питер», 2000.– С. 167.

²См.: Baudrillard J. The Consumer Society. Myths @ Structures. L., Thousand Oaks, New Dehi: SAGE Publication, 1998. P. 129,131.

спортом. В число занимающихся спортом, как платным, так и бесплатным, как правило, входят люди, у которых состояние здоровья удовлетворительное или лучше вне зависимости от того, к какому классу они относятся. Здоровый образ жизни – залог формирования и удовлетворения разумных потребностей. Уклонение от здорового образа жизни – увлечение алкоголем, участие в сомнительных антиобщественных группировках – вытесняет из образа жизни накопленный потенциал гуманного развития, укрепляет в нем приоритет неразумных потребностей, ведет, в конечном счете, к деградации личности.

Важнейшими и самыми многочисленными экономическими субъектами являются потребители (домохозяйства), не занимающиеся бизнесом, однако располагающие доходами, осуществляющие расходы и имеющие склонность к сбережению. Накопленные домохозяйствами сбережения выполняют две основные функции: во-первых, обладают инвестиционно-воспроизводственным потенциалом; во-вторых, обеспечивают потребительские нужды людей.¹

В структуре денежных активов россиян продолжают доминировать наличные деньги, что объясняется стремлением сохранить сбережения и пока все еще не восстановившимся доверием как к государству, так и к банковской системе. Основная доля сбережений сосредоточена в наличной иностранной валюте.² На сегодняшний день вложения нашего населения в ценные бумаги из-за многих причин оказываются более краткосрочными по сравнению с другими странами. По данным Госкомстата, за последние полтора года сбережения населения, включая банковские вклады и ценные бумаги, увеличились на 66% в реальном выражении и составили 450-460 млрд рублей. Увеличение сбережений обусловлено ростом реально располагаемых денежных доходов населения. По мнению аналитиков, люди не могут привыкнуть к мысли, что стали богаче, и стараются побольше откладывать. Но откладывают теперь не на черный день, а на покупку недвижимости, причем копить предпочитают в рублях. Как следует из доклада «Богатые и бедные в современной России», подготовленного Институтом комплексных социальных исследований РАН,

¹ См.: Митрофанова И.В., Чекунков С.А. Разрешима ли проблема тезаврации? // Социс.– 2002. №4. С. 28.

² См.: Кашин Ю. Сберегательный процесс и Сберегательный банк // Вопросы экономики.– 2000.№5.

лишь 7,1% бедных семей имеют хоть какие-то накопления, в то время как среди богатых этот показатель составляет 80,9%. При этом 38,7% бедных семей имеют долги и вынуждены занимать деньги, для того чтобы удовлетворить даже первоочередные нужды. К бурному росту сбережений, по мнению экспертов, приводит, как ни парадоксально, непонимание того, что люди стали богаче и теперь могут увеличить свои расходы. 76 % населения г. Саратова заранее планируют важные покупки.¹

Однако, помимо материальных, утилитарных потребностей, существуют потребности в сфере досуга и отдыха. В настоящее время исследователей все больше интересуют проблемы, связанные с использованием свободного времени в соответствии с размерами доходов. В ходе проведения исследования досуга семей задавались вопросы о работе, о развлечениях, о наличии увлечений – хобби, включая занятия спортом, об участии в общественной жизни. В зависимости от комбинации ответов на эти вопросы опрошенные разделились на четыре группы. В первую группу, названную «Суперактивными» вошли граждане, которые и работают и участвуют в общественной жизни, и развлекаются и имеют хобби. Таких в Саратове оказалось 33% от общего числа опрошенных. Во вторую группу вошли «Активные» граждане, – это работающие граждане, которые активно развлекаются и к тому же либо имеют различные увлечения (занимаются спортом), либо – принимают участие в общественных мероприятиях. Третья группа («Умеренные»), как правило, работающие граждане, у которых остается время и силы на что-то одно: либо хобби, либо развлечения типа: кино, кафе, боулинг, бар, концерт. Наконец, в четвертую группу – «Пассивные» вошли те граждане, которые замечены лишь в одном виде активности: они либо работают, либо развлекаются, либо предаются занятиям спортом или иным увлечениям, либо участвуют в общественных мероприятиях. Досуг включает в себя: чтение, слушание и просмотр телепередач («традиционный отдых»), встречи с родственниками, друзьями и знакомыми, посещение библиотек,

¹Текущий архив исследования R-TGI «Всероссийское исследование стиля жизни и уровней потребления», проводимого компанией «Комкон-Саратов» в течение 2003 года в г. Саратове

театров, концертных залов и кинотеатров, проведение ежегодного отпуска, посещение парков, туристические походы, экскурсии, прогулки на природу; занятия спортом, участие в соревнованиях, в проведении праздников.

Итак, при движении вверх по лестнице социальной иерархии расширяется диапазон выбора досуговых практик (количество выбираемых типов и представляющих их занятий), а значит, группы становятся менее однородными. Одновременно возрастает общая активность, особенно в «элитных» и «культурных» занятиях, и снижается домашняя трудовая активность. Все это подтверждает выводы Т. Веблена о стремлении к «демонстративной праздности» более высоких социальных страт, хотя, конечно, понятия о том, какие занятия могут выступать в качестве таких индикаторов, кардинально изменились со времен Т. Веблена. Можно сказать, что некоторые занятия стали характерными в первую очередь именно для средних классов и в значительной мере могут рассматриваться как индикаторы принадлежности к нему. Это посещение кафе, ресторанов иочных клубов, театров и кино, занятия спортом (особенно платные), компьютерные игры и Интернет.

Таким образом, подводя итоги данной главы, автор приходит к выводу, что, во-первых, семейные ориентации и традиции играют ведущие роли в определении стиля жизни. Согласно мониторингу общественного мнения, около половины опрошенных предпочитают «серединную позицию». Как самая примитивная ориентация на выживание, так и амбициозная («как западные») напрямую зависит от возраста, уровня образования и типа поселения (уровня урбанизации). Позиция «жить лучше большинства» зависит от возраста, наличия образования выше неполного среднего и не зависит от типа поселения.¹ Представляют интерес жизненные установки различных социально-профессиональных групп. Пенсионеры чаще всего ориентированы на «выживание» (38%), предприниматели стремятся скорее жить не как большинство (30%), а лучше большинства (37%). Больше других показывают предельно амбициозные ориентации не предприниматели, а руководители (9%).

¹ См.: Левада Ю. «Человек ограниченный»: уровень и рамки притязаний // Мониторинг общественного мнения. – 2000. №4 (48). С. 9.

Если рассмотреть группы по вариантам адаптивного поведения, то установки первых двух («уже приспособились» или «вскоре приспособятся» к переменам) почти не отличаются от средних, а у считающих, что «никогда не смогут приспособиться», более трети (36%) ориентированы на выживание. За исключением предпринимателей во всех профессиональных группах наиболее распространенная установка – на то, чтобы жить «не хуже большинства окружающих», т.е. на средний образец.

Во-вторых, можем утверждать, что основными чертами новой модели потребления саратовских семей являются:

- 1) Отказ от «советского» стиля потребления (отказ от покупок впрок, для будущего пользования).
- 2) Появление новых критериев и приоритетов (по сравнению с единственным критерием малообеспеченных семей - ценой) при выборе товаров, среди которых можно выделить прежде всего качество, надежность, престижность, экологичность, натуральность (для продуктов).
- 3) Появление «бытового маркетинга», то есть стратегия выбора товаров на основе специальных справочно-рекламных изданий, просмотров передач, пользования сетью Интернет.
- 4) Восстановление стратегии долгосрочного планирования покупок, возможность накапливания денежных средств для их осуществления, инвестирование.
- 5) Появление принципиально новых статей расходов, не характерных для советского времени, таких как платное (коммерческое) образование, платная медицина, новые средства коммуникаций (например, сотовая связь, Интернет) и др.
- 6) Изменение отношения к своему здоровью. Здоровье является неким капиталом, осознана потребность в здоровом образе жизни.
- 7) Появление новых форм проведения досуга и отдыха (в частности, зарубежный туризм, появления игровых клубов и Интернет-кафе).

8) Принятие западных стандартов в потреблении, вестернизация многих сторон повседневной жизни.

В-третьих, автор предлагает ввести классификацию стилей жизни российских семей на основе мотивационно-деятельностных характеристик, положенных в основу типологии, и их социально-экономического положения:

1. ***Нуждающиеся (ипохондрики)*** – семьи с ограниченными возможностями, нуждающиеся. Для них характерна борьба за выживание, недоверие. Руководствуются инстинктивными потребностями. Доход на одного члена семьи данного типа ниже прожиточного минимума (на уровне нищеты). При выборе товаров важнее всего – его цена. Интересуются основными продуктами, делают покупки для удовлетворения немедленных потребностей. Характеризуются слабой включенностью в реальную жизненную ситуацию, неприятием частной собственности как эффективного средства решения социально-экономических проблем, бегством от свободы, боязнью риска, неверием в собственные силы, социальной апатией и т. п. Речь идет о наборе социально-психологических качеств, дающих мало шансов на выживание в складывающейся ситуации и обеспечивающих лишь дезинтегрированное приспособление семьи к экономическим, политическим и социальным «злобам дня». Таким образом, это стиль жизни семей, смирившихся с безысходностью. Это низший класс, включающий представителей, занятых на самых низкооплачиваемых, наименее безопасных и наименее привлекательных рабочих местах.

2. ***Стремящиеся*** – семьи, члены которых стараются сделать карьеру, предпочитают стабильность риску. Работа обеспечивает им ощущение «нужности», стремятся получить непосредственный опыт, активные. Члены этих семей обладают определенными амбициями для себя и своих семей. Такие люди идентифицируют себя со страной, семьей и профсоюзом или политической партией. Они мотивированы основными физическими и эмоциональными потребностями. Члены семей данного типа берутся за любую тяжелую и непривлекательную работу, но делают это время от времени,

эпизодически, когда нет другого выхода для поддержания семьи. Таким образом, данный тип – тип семей, борющихся со своим нынешним положением, пытающихся его изменить в лучшую сторону.

3. *Инертные (бездейственные, безинициативные)* – семьи, пассивно относящиеся к своему положению, своей судьбе, не вписываются в рыночные условия, т.е. семьи не нашедшие своего места при изменившихся обстоятельствах. Нередко члены данного типа семей негативно относятся к происходящим переменам, т. к. не видят возможности улучшения своего положения в будущем; ориентированы на недорогие товары и покупку только самого необходимого, в основном живут на зарплату и не склонны к сверхнормативной тяжелой или непривлекательной работе, а тем более к серьезному риску в целях повышения материального благосостояния семьи. Им обычно недостает уверенности в себе; они преимущественно врачаются среди сходно ориентированных друзей. Совершая покупки, постоянно заботятся о том, что подумают об этом другие, тем самым, ища одобрения своим действиям.

4. *Хамелеоны (следуют за толпой, как все)* – семьи, для которых характерна смесь консерватизма и стремление быть «как все», поскольку большинство уже включило данный товар или модель поведения в свой арсенал, то данные семьи присоединяются к остальным и не хотят быть «белыми воронами». Выражают чай-то вкус, покупки схожи с покупками друзей или соседей. Не экспериментируют. Таким образом, данный тип определяет стиль жизни семей, желающих не выделяться и быть как все. Их стиль потребления отличается равнодушным отношением моде.

5. *Традиционалисты* – семьи, предпочитающие размеренный, традиционный образ жизни. Для их потребления характерна ориентация, прежде всего, на традицию. Они не боятся быть отличными от большинства и оставаться самими собой, несмотря на окружающих. Одни из «традиционистов» являются таковыми из принципа, от осознанной приверженности старине (сознательные традиционалисты). Стихийные традиционалисты внешне ведут себя так же, как

и сознательные традиционалисты. Однако их стиль потребления вытекает не из любви к прошлому, а из равнодушного отношения к моде. Традиционалисты заметны тем, что в зрелом, престарелом возрасте они воспроизводят модели модного поведения времен их молодости. Это обычно старшая по возрасту группа, которая сопротивляется переменам и стремится сохранить господствующее положение вещей. Представители группы испытывают высокую потребность контролировать себя, свою семью, свою общину и общество в целом. Обычно они стараются сохранять традиционные этические и моральные правила. Таким образом, данный тип семей характеризуется тем, что ее члены не экспериментируют, ностальгически настроены.

6. Авангардисты – тип семей, желающих идти в разрез с устоявшимися установками в обществе, заинтересованных в переменах, стремящихся отойти от традиционализма к вестернизации. Последовательные приверженцы сближения с западом, внедрения западного образа жизни. Это тип семей, составляющих массу «модных людей», ориентированных на западный образ жизни, престижные магазины, импортные фирменные товары. Члены семей данного типа – люди энергичные, следуют моде. Независимые и чужды условиям, они всегда ищут что-то новое и непривычное, надежны, коммуникабельны, имеют высокий интеллект и ориентированы на работу. Члены семьи данного типа стараются обеспечить себе и своей семье достойный уровень жизни.

7. Бизнес-акулы – это типы семей, довольные своим положением, достигнутым благополучием и достаточно высоким уровнем жизни. В большинстве это хорошо образованные люди, следящие за событиями в стране и мире. Удовлетворены своей карьерой, семьей. Амбициозные и влиятельные. Они ценят дом, семью, страну, прочное положение в обществе. Проанализировав результаты исследования, автор приходит к выводу, что стержнеобразующей конструкцией новых форм и образцов деятельности служит социальный статус полноправного хозяина, с присущими ему социальными и нравственными атрибутами и притязаниями, воплощающимися

в ценностях семьи, индивидуальной свободы, экономической независимости, профессиональной компетентности, самостоятельности и личной ответственности. Рассогласование этих ценностей с возможностями их реализации в сложившейся прежде социальной структуре не привело к отказу от них, а вывело поиск адекватных им форм социального поведения за пределы официальных хозяйственных и социальных институтов. Зрелые, стабильные и постоянные в привычках. Считают, что товары должны давать представление об успехе.

8. *Верхние эшелоны* – это успешные семьи, с хорошим вкусом, активные, не боящиеся брать на себя ответственность, с высоким чувством собственного достоинства. Они заинтересованы в собственном росте и развитии. Собственный имидж для них очень важен, но не как доказательство или свидетельство их положения и власти, а как выражение собственного вкуса и независимости и характера. Это чаще всего лидеры в бизнесе, занимающие определенные посты в правительстве. У них широкий круг интересов, они беспокоятся о социальных проблемах, легко воспринимают изменения. Члены семей данного типа – люди состоятельные, среди которых преобладают лица, стремящиеся к успеху и богатству и ко всему тому, что им сопутствует (престиж, дорогие удовольствия и т. п.); уже сегодня весьма разнообразно и гармонично проводящие свой досуг, общающиеся с широким кругом людей не в ущерб семье и детям; как правило, довольные собой, тем, чего достигли, как решают свои проблемы, а также жизнью в целом. Их покупки говорят об утонченном вкусе и тяготении к дорогим продуктам высшего качества, предназначенным определенной потребительской группе. Данному типу стиля жизни семьи свойственна ведомость статусом и желанием представлять интересы всего общества.

§3. Пути оптимизации стиля жизни семьи в рыночных условиях.

Как уже было замечено во втором параграфе главы 1, успех перехода к цивилизованному гражданскому обществу во многом зависит от формирования здоровых семейных отношений, становления гармоничного и оптимального стиля жизни семьи. Именно в семье пересекаются все силы общества, фокусируются социальные ценности и интересы. О. Конт считал, что общество складывается не из личностей, а из семей.¹ Познавать общество необходимо через изучение семьи, все остальное – второстепенно.

П.А. Сорокин утверждал, что если семья будет организована хорошо – то хорошим будет и тот «человеческий товар», который из нее поступает на «жизненный рынок»: школа, церковь, государство и другие институты получают человека в свое ведение после того, как семья сформировала его по своему образу и подобию. Ученый приводит слова французского социолога Ле Пле: «Человеческие общества имеют такую организацию, такой уклад частной и публичной жизни, какие соответствуют характеру их семейной организации»².

Важная задача социологов – не только анализировать причины и симптомы кризиса семьи и факторы ее живучести, но также и разрабатывать рекомендации для осуществления разумной и здоровой педагогики и политики в отношении семьи. Влияние семьи не ограничивается узким кругом родственников, а может выступать в качестве могучего фактора, изменяющего ход политических событий.³ Система образования связана с семьей и выступает как бы ее естественным «продолжением». Оба института решают сходные задачи: из семейной «мастерской» индивид попадает в школьную и вузовскую

¹ См.: Конт О. Курс позитивной философии // Родоначальники позитивизма. – СПб., 1912.– Вып. 4.

² Сорокин П.А. Социальная роль семьи и школы // Педагогическое наследие русского зарубежья, 20-е годы. – М., 1993. – С. 39-40.

³ См.: Общая социология. // Ю.Н. Аксененко, Л.С. Аникин, Г.В. Дыльнов, В.А. Климов; под ред. Г.В. Дыльнова. – Саратов. Изд-во Саратовского университета, 1999. С.174.

«лабораторию», где из него пытаются сделать достойного гражданина. Школа «должна сделать человека существом социальным, усилить в нем импульс социально-благожелательного характера, привить на их почве множество других, затормозить, ослабить и канализировать импульсы антисоциальные, снабдить человека умением действовать со знанием в разных условиях его жизни, развить все его положительные стороны и ослабить отрицательные»¹.

Но в отличие от семьи, система образования представляет собой типичный образец сложного института, так как включает множество разнородных звеньев и разнообразные комплексы норм и правил, юридических актов и традиционных установлений. Существует множество различных форм образования, однако, все они являются равноправными и одинаково необходимыми звеньями единого организма. Если они действуют плохо, тогда «при всей совершенности государственных конституций, религиозных и других установлений, хорошее социальное здание невозможно. Нижние этажи его будут такими, что самые искусные «надстройки» и «крыши» не смогут сделать всего здания ни прочным, ни гармоничным. Человеческий материал, испорченный в этих первичных «лабораториях семьи и школы», не может быть целиком исправлен в «лабораториях» профессии, церкви, государства и других социальных учреждений, продолжающих дело социального воспитания»².

Каждый человек за годы своей жизни участвует в жизнедеятельности каких-либо общностей, и это участие отчетливо детерминируется географическими, биологическими, психологическими, экономическими факторами.

Структуру стиля жизни современной российской семьи формируют фильмы, особенно американские, демонстрирующие западный стиль жизни наиболее привлекательно и эффективно. Бесконечные телесериалы играют не последнюю роль в формировании вкусов тех, кто их смотрит, тем более что в них показывают «красивую» жизнь, подсознательно навязывая свои

¹ Сорокин П.А. Социальная роль семьи и школы // Педагогическое наследие русского зарубежья, 20-е годы. – М., 1993. С. 55

² Там же. С. 55-56

стилистические стандарты жизни. Появилось также множество познавательных и образовательных туристических программ. Вследствие таких знакомств с западным стилем жизни некоторые странствующие пересматривают свой собственный образ жизни. Пресса, телевидение играют не последнюю роль в формировании стиля жизни семьи.

Диссертант полагает, что успех цивилизации может быть достигнут благодаря семье, свободной, независимой, материально обеспеченной, состоящей из энергичных, волевых, инициативных, знающих и творческих личностей. Стиль жизни именно семьи индивидуалистического типа приводит к росту, силе и благоустроенности общества. Ведь роль государства в жизни такого народа второстепенна, так как оно им не повелевает, а наоборот – исполняет волю последнего. Однако, социальная структура современного российского общества характеризуется по-прежнему крайней социальной неустойчивостью как на уровне процессов, происходящих внутри социальных групп и между ними, так и на уровне самосознания личностью своего места в системе социальной иерархии. Эти процессы идут по двум направлениям: с одной стороны, путем «размывания» традиционных социальных групп, с другой стороны, происходит становление новых видов межгрупповой интеграции по формам собственности, уровню доходов, степени вовлеченности во властные структуры и др. Данные процессы затронули и российские семьи. Характер и содержание этих процессов выражается в конкретном изменении социального пространства российского общества. С одной стороны, происходит растягивание полюсов социальной поляризации и заполнение пространства между ними средними слоями, другой процесс связан с обнищанием масс. Образовалось два уровня и стиля жизни со своими доходами и денежными единицами, два потребительских рынка, отличающихся ценами и набором товаров. На одной стороне 5% богатых и очень богатых. На противоположной стороне – «страна бедняков», доходы и потребление которых не дотягивают до прожиточного минимума. Различия в уровне жизни этих двух Россий, по экспертным оценкам, составляют 100 раз. Резкое падение в ходе

реформ рыночного характера материального уровня многочисленных слоев российского общества не означает их превращение в нищих как таковых, т.е. в разновидность люмпенов. Обнищание семей при непрекращающемся профессиональном труде, который остается основным источником средств существования, вовсе не есть «люмпенизация». Переходный период по оценке Ю. Левады, можно охарактеризовать тем, что субъекты социального действия и социальные институты, сформированные в одних условиях и ожидая исполнения одних функций – прежних, традиционных, привычных, исполняют иные, не свойственные и непривычные им функции.¹

Социальную структуру сегодня представляется как дилемма, состоящая из двух блоков:

- а) традиционных слоев;
- б) вновь образовавшихся общностей в результате социально-экономической трансформации.

Хотя эти блоки тесно между собой взаимодействуют, они, тем не менее, сохраняют и воспроизводят совершенно противоположные тенденции: традиционные постепенно уходят, вытесняются из социальной структуры, а новые слои, естественно, занимают освобождающееся социальное пространство.

Показателем развития любого общества является уровень жизни людей, семей, создание благоприятных условий для развития личности, максимальной реализации потенциальных возможностей человека. Уровень жизни – это уровень благосостояния, потребления семьей благ и услуг, совокупность условий и показателей, характеризующих меру удовлетворения ее основных жизненных потребностей. Проведение эффективной социальной политики должно базироваться на знании процессов, происходящих в экономике и социальной жизни страны.

В современный период перехода к рыночным отношениям, когда

¹ См.: Левада Ю.А. «Человек политический»: сцена и роли переходного периода // Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения. – 1996. №4. С.11.

государство отказывается от регулирования доходов и цен, происходит сложный процесс адаптации семей к новым социально-экономическим условиям, чрезвычайно важно обеспечить становление новых, адекватных рынку институтов социальной сферы.

Важнейшим обобщающим показателем стиля жизни семьи являются реальные денежные доходы населения, в большей мере характеризующие изменение его потребительских возможностей, то есть фактического материального положения.

Низкие уровни номинальных доходов населения в условиях даже невысокой инфляции являются фактором, постоянно воспроизводящим бедность. Эта проблема стоит наиболее остро в условиях отсутствия сбережений и исчерпания возможности экономии текущих расходов. В таких условиях мониторинг стиля жизни должен стать постоянной составляющей экономической политики на всех уровнях управления.

В последние годы проблемы российской семьи во многом обусловлены воздействием системного экономического кризиса, вошедшего после 17 августа 1998 г. в открытую форму. Главное – массовое снижение жизненного уровня семей с детьми. В числе бедных семей по общепринятым социально-экономическим и статистическим критериям оказались не только те, чье благосостояние и в прошлом находилось ниже черты бедности, но и огромная масса работающего, относительно благополучного до недавнего времени среднедоходного (по российским параметрам) слоя населения. За чертой официального прожиточного минимума находится 69% молодых семей, среди бедных семей - 76,3% многодетных. Негативно действуют на семью безработица, задолженности по выплате заработной платы, детских пособий, низкий, не соответствующий стоимости жизни уровень оплаты за труд.

В условиях постоянного нарастания кризисных явлений не только резко обостряется социально-демографическая ситуация в стране, но идет фактическое разрушение института семьи. Семья перестает выполнять свои основные функции по обеспечению рождения и воспитания детей, идет утрата

нравственных ценностей в этой сфере. Значительные нарушения в функционировании семьи объективно ведут к разрушительным процессам в детской среде.

Две центральные проблемы: политика доходов и политика занятости, выдвинутые в качестве базовых для реформирования социальной сферы, вполне отвечают социальным ожиданиям российских семей.

Семья является индикатором качества жизни современного общества, а оно, в свою очередь, заинтересовано в здоровой, активно функционирующей семье, способной выработать и реализовать собственную жизненную стратегию, обеспечить не только свое выживание, но и развитие, создавая тем самым условия для развития общества в целом. Именно экономическое положение семей влияет на устойчивую тенденцию к обострению всех процессов жизнедеятельности семьи.

Необходимо повышать качество жизни. Качество жизни как система включает в себя качество человека, качество образования, качество культуры, качество среды обитания (экологии), качество социальной, экономической и политической организации общества. Здоровье – синтетический индикатор качества. При этом в соответствии с представлением Всемирной организации здравоохранения категория здоровья включает в себя категории физического, психического, духовного и социального здоровья. Кроме здоровья, интегральными индикаторами выступают: уровень качества среды, качество образования и его доступность для населения, качество населения – система демографических показателей, качество культуры – культурологические измерители качества жизни (индикаторы доступности для населения – детей, молодежи, зрелого населения, стариков – театра, музыки, кино, живописи, библиотек и др.; особым индикатором качества культуры личности и качества интеллекта выступает разнообразие "речевого языка" и динамичность чтения). Управление качеством жизни, таким образом, включает в себя управление развитием качества личности на основе процессов социализации, в первую очередь в рамках семьи и образования, управление качеством среды жизни,

управление качеством образования, управление качеством развития населения, управление качеством здоровья населения и др. Речь идет о «мягком» управлении, опирающемся на методологическую базу всего комплекса системных наук, учения о цикличности развития, экологии, науки об образовании, педагогики, человековедения и других.

Одна из тревожных тенденций в брачно-семейных отношениях – дестабилизация семьи: рост числа разводов, матерей-одиночек, распространение вдовства среди молодежи. Нарастает конфликтность во внутрисемейных (особенно супружеских) отношениях, сочетающаяся с неумением или нежеланием молодых людей улучшать нравственно-психологический климат семьи, разрешать возникающие конфликты компромиссом, взаимными уступками. Все сильнее сказываются социально-психологические последствия акселерации, ведущие к более раннему началу половой жизни, более терпимому отношению к добрачным (позднее к внебрачным) связям, к росту плюрализма в оценках сексуального поведения, что сочетается с половой неграмотностью молодых или, в последние годы, с поверхностным, облегченным, искаженным просвещением в вопросах секса.

Государственная семейная политика, на наш взгляд, представляет систему мер социального, экономического, правового, информационно-просветительского и организационно-управленческого характера, направленных на сохранение семьи, укрепление ее основ и улучшение жизнедеятельности. При этом семья автономна в своем развитии, и вмешательство в жизнь семьи не допускается. Задачи семейной политики должны быть направлены на укрепление института семьи и повышение ее статуса в обществе, более полную реализацию репродуктивных намерений, улучшение физического, психического, нравственного и социального здоровья населения, профилактику детской безнадзорности, а также обеспечение самореализации семьи и адресность социальной поддержки семьи.

Повышение уровня жизни – важнейшая задача социальной политики. В РФ надо быстрее восстановить доходы и максимально стимулировать платежеспособный спрос населения.

К числу факторов, оказывающих наибольшее влияние на снижение уровня жизни относятся:

- низкий уровень оплаты труда;
- рост масштабов открытой и скрытой безработицы и неполной занятости на предприятиях, усиление тенденции долговременной безработицы;
- длительное время сохраняющаяся крупномасштабная задолженность по выплатам заработной платы, пенсий, детских и других социальных пособий.

Для комплексного преодоления перечисленных негативных тенденций требуется выработка государственной программы повышения уровня и качества жизни. Ее главной целью является восстановление у большинства уровня жизни, достигнутого на рубеже 90-х годов, а также формирование нового качества жизни, соответствующего целям социальной рыночной экономики.

Основными задачами могли бы стать:

- 1) недопущение дальнейшего разрушения минимальных социальных гарантий населения;
- 2) обеспечение всем нуждающимся прожиточного минимума за счет активной государственной политики перераспределения доходов;
- 3) переход от частичной стабилизации уровня жизни населения к стабилизации в основном (у наиболее массовых социальных групп; по большинству компонентов уровня жизни; в преобладающей части регионов);
- 4) повышение реальной цены рабочей силы, активизация мотивов и стимулов к труду и предпринимательской деятельности, восстановление в новых условиях связи доходов с ростом производительности труда и результативности предпринимательства.

В программе, по мнению диссертанта, требуется предусмотреть решение следующих ключевых проблем — повышения уровня оплаты труда;

государственного регулирования занятости; трансформации социального обеспечения; адресной социальной поддержки населения; инвестиций в человека.

Сегодня необходимо не просто повышение размеров оплаты труда, а рост ее покупательной способности. На обозримую перспективу могла бы быть выдвинута задача восстановления покупательной способности оплаты труда до уровня, который был достигнут на рубеже 90-х годов. В силу масштабности подобного сдвига на пути к нему целесообразно выделить промежуточный этап — восстановление покупательной способности оплаты труда до уровня, который был бы возможен при фактических темпах изменения ВВП, сложившихся за последние годы. Меры по повышению покупательной способности оплаты труда должны сочетать периодический пересмотр размеров номинальной заработной платы с ее индексированием в промежутках между отдельными пересмотрами. Это связано с необходимостью поддержания покупательной способности оплаты труда в условиях инфляции. Систематическое увеличение покупательной способности может быть обеспечено комплексом мер по повышению номинальной начисленной оплаты труда, внесению изменений в налогообложение физических лиц, регулированию цен на важнейшие потребительские товары и услуги, развитию потребительского рынка и др.

Первоочередные меры по повышению уровня оплаты труда предлагается осуществлять в следующих направлениях:

1) Увеличение уровня номинальных денежных доходов населения.

2) Повышение уровня реально располагаемых денежных доходов населения на основе пересмотра базы налогообложения и ставки подоходного налога с физических лиц в направлении снижения налоговой нагрузки на низкооплачиваемых и соответствующего повышения их покупательной способности.

3) Повышение покупательной способности оплаты труда. Для этого необходимо: ввести регулирование цен и тарифов на товары и услуги,

входящие в состав потребительской корзины, используемой для расчета прожиточного минимума. Это позволит уменьшить влияние инфляции на потребление предметов повседневного спроса малоимущим населением.

Полномочия по регулированию цен следует передать органам исполнительной власти субъектов Российской Федерации. Им же нужно поручить определять порядок розничной торговли товарами с регулируемыми ценами; осуществлять обязательную индексацию выплаченной заработной платы при повышении потребительских цен и тарифов на товары и услуги, определяющих размер прожиточного минимума трудоспособного работника, а также при увеличении расходов населения на платные услуги здравоохранения и образования и превышении ими установленного порога (в дополнение к регулированию цен на потребительскую корзину прожиточного минимума); ввести индексацию невыплаченной заработной платы с использованием индекса потребительских цен на продовольственные и непродовольственные товары, а также платные услуги, рассчитываемого нарастающим итогом за время задержки выплаты соответствующей части оплаты труда.

В частности, основными задачами в сфере оказания платных услуг должны быть следующие:

- а) расширение ассортимента оказываемых услуг населению;
 - б) обеспечение территориальной и ценовой доступности услуг для всех категорий населения;
 - в) восстановление и расширение сети социально-ориентированных предприятий, обеспечивающих бытовыми услугами малообеспеченные слои населения;
 - г) стимулирование развития сети бытового обслуживания в сельской местности;
 - д) разработка унифицированных стандартов обслуживания для фирм, оказывающих платные услуги.
- 4) Оптимизация соотношения тарифной и надтарифной частей оплаты труда через использование механизма социального партнерства путем: определения

примерных границ доли тарифной части оплаты труда в генеральном соглашении; установления рекомендательных норм по данному соотношению на уровне конкретной территории в региональных соглашениях; фиксирования нижней границы доли тарифа в оплате труда работников в отраслевых тарифных соглашениях; определения минимально гарантированной части заработка работников предприятия в коллективных договорах.

Реализация предложенных выше мер потребует внесения изменений и дополнений в соответствующие законы, в частности: «О повышении минимального размера оплаты труда», «Об упорядочении оплаты труда работников организаций бюджетной сферы», «О подоходном налоге с физических лиц», «О государственной социальной помощи», «О прожиточном минимуме в Российской Федерации», «Об индексации денежных доходов и сбережении граждан в РСФСР» (от 24 октября 1991 г.).

Государственное регулирование рынка труда следует рассматривать как комплексную проблему включения индивидуального труда в процесс общественного воспроизводства. В этом контексте в программе нужно рассмотреть демографические факторы, оказывающие прямое воздействие на цену рабочей силы и рынок труда, раскрыть специфику последнего в условиях снижения рождаемости и старения населения, а также притока рабочей силы из стран ближнего зарубежья.

Центральное место должна занять характеристика занятости в связи с балансами трудовых ресурсов и рабочих мест. Важно определить параметры обеспечения полной занятости, охарактеризовать требования к повышению ее эффективности. В этой области следует разобраться с масштабами и формами неполной занятости, которая является одним из условий эффективности занятости. Здесь большую роль играют тенденции поведения населения на рынке труда и изменения в структуре занятости в зависимости от динамики различных форм собственности, источников и уровня доходов населения, особенно от политики в области оплаты труда, доходов от капитала и предпринимательской деятельности. Необходимо пересмотреть саму

идеологию закона о занятости, сориентировать его на расширение современных сфер приложения труда, повышение производительности, опережающее профессиональное обучение и переподготовку работников.

Пути преодоления безработицы, вызванной сжатием производства, следует задавать с учетом отдельных категорий населения, особенно женщин и молодежи. Так, сокращение женской безработицы целесообразно увязать с введением гибких форм занятости. Для молодежи решение этой проблемы может быть достигнуто в увязке с расширением сферы образовательных услуг. Социальную защиту безработных желательно сочетать с их профессиональной переподготовкой, с участием в общественных работах на период временной незанятости.

Активная государственная политика обеспечения полной занятости должна включать поддержку служб занятости, расширение их роли в трудоустройстве и переобучении безработных. Кроме того, следует раскрыть особенности формирования общероссийского и региональных рынков труда, определить тенденции регулирования занятости на территориях с недостатком и избытком трудовых ресурсов.

Необходимо поддержание социальных гарантит в сфере труда и занятости для членов семьи, заключающееся в следующем:

- а) обеспечение гарантит занятости на рынке труда для родителей в неполных и многодетных семьях, семьях с детьми - инвалидами, лиц из числа бывших детей - сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, семьях инвалидов;
- б) повышение социального и профессионального статуса женщин;
- в) поддержка подростковых и студенческих программ труда и занятости.

Опыт стран с рыночной экономикой свидетельствует об эффективности так называемых смешанных систем социального обеспечения, включающих социальное страхование и социальную помощь. Повышается роль работников и работодателей в формировании средств, требуемых для поддержания человека при потере работы, воспитании детей, а также в случае болезни, инвалидности

или старости. Раньше этих рисков либо вовсе не было (например, безработицы), либо материальное обеспечение при их наступлении брало на себя государство.

Необходимо принятие мер по развертыванию нового направления обязательного социального страхования — от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний. На начальном этапе функции страховщика вполне способен выполнять Фонд социального страхования — учреждение, имеющее большой опыт в финансировании и организации страхования временной нетрудоспособности. Главное, чтобы ни финансы, ни персонал не перебрасывались на обеспечение выплат по другим рискам, которые входят в его компетенцию, а использовались по целевому назначению.

В числе мер в этой области потребуется предусмотреть формирование в стране системы центров по медицинской, профессиональной и социальной реабилитации пострадавших, здесь может быть задействована инфраструктура санаторно-курортного и оздоровительного обслуживания населения. Следует также устанавливать страховые тарифы в зависимости от степени (класса) профессиональных рисков. Улучшению медицинского обеспечения и охраны здоровья способствовало бы преодоление разобщенного решения этих задач разными страховыми организациями.

Социальная поддержка безработных должна быть направлена, с одной стороны, на обеспечение им прожиточного минимума, а с другой — на всемерное стимулирование сокращения периода временной незанятости. Средства государственного Фонда занятости в преобладающей части следует использовать на страховые выплаты, при этом необходимо более рационально их распределять между центром и регионами.

Нарастание позитивных перемен в социальном самочувствии россиян может свидетельствовать о наметившихся положительных сдвигах в процессе адаптации населения к трансформирующемуся социально-экономическим условиям, и прежде всего в сфере занятости и труда. В целом по работающим уровень социального самочувствия тем выше, чем меньше обеспокоенность респондентов угрозой потери работы и проблемой трудоустройства. Из общего

массива работающих самый высокий уровень социального самочувствия зафиксирован у респондентов, занимающихся предпринимательской и коммерческой деятельностью. Среди них доля людей с хорошим социальным самочувствием в октябре 2001 г. достигла 64,8%.¹

Мировой опыт свидетельствует о том, что не бывает абсолютного разделения социального страхования и социальной помощи. Необходимо ввести организацию семейных пособий. В частности, желательно, чтобы выплата семейных пособий осуществлялась в основном за счет взносов работодателей. В этих вопросах целесообразно делать акцент на многодетных семьях и семьях с одним родителем. В то же время важно предусматривать пособия, направленные на поддержку малолетних детей, оплату жилья и др.

Сегодня актуальна также конкретизация положений Концепции пенсионной реформы, предусмотренной в нашей стране с 2001 г. Принципиальное значение имеет корректировка механизмов взаимодействия распределительно-солидарной и накопительной частей пенсионной системы. Потребуется также развитие дополнительного пенсионного обеспечения, специальных пенсионных систем для работников свободных профессий, фермеров и других категорий самозанятого населения.

Организация социального обеспечения как смешанной системы не исключает, а наоборот, предполагает постановку вполне конкретных задач по адресной поддержке населения.

Право на получение государственной социальной помощи следует связать с требованиями федеральных законов «О прожиточном минимуме в Российской Федерации» и «О государственной социальной помощи». При реализации этих законов необходимо постепенно перейти к определению прожиточного минимума для семей различных типов и размеров (полная, неполная, семьи пенсионеров, инвалидов и др.), что позволит более точно учитывать условия их

¹См.: Динамика социального самочувствия в контексте трансформации структуры российского общества / Отчет о работе в 2002 году ИС РАН. М. 2002.

жизни и повысить адресность социальной поддержки конкретных категорий населения.

По мнению диссертанта, нужно предусмотреть региональную разновариантность оказания государственной социальной помощи малоимущим. Различающиеся условия жизни предполагают разные возможности организации социальной поддержки. В одних регионах это может быть адресная помощь конкретным категориям населения, в других – всем, но до определенного уровня душевого дохода, в третьих – установление более высоких минимальных социальных стандартов из-за значительного уровня дифференциации денежных доходов проживающего в них населения. Представляется целесообразным отменить ряд льгот или заменить их денежными компенсациями.

В целом необходимо предусмотреть дальнейшее развитие сети государственных учреждений социального обслуживания. В числе приоритетов должно стать удовлетворение специфических потребностей наиболее уязвимых слоев населения: инвалидов, пожилых и детей.

Развитие сферы жизнеобеспечения требует направления инвестиций в жилищное строительство, здравоохранение, образование, культуру, науку и другие отрасли социальной инфраструктуры. Для этого требуется ускорить разработку социальных стандартов обеспеченности жильем, расширение сети медицинских, образовательных и культурных учреждений.

Источниками финансирования объектов социальной инфраструктуры (наряду с традиционными) могли бы стать средства населения, привлеченные с помощью финансовых механизмов долгосрочного кредитования, ипотечного и других залогов. На эти цели также целесообразно направлять средства фондов накопительного страхования под государственные гарантии их возврата и региональных и местных бюджетов, формируемые через жилищные, образовательные, облигационные займы и иные механизмы.

Особенно актуальным в настоящее время является опережающее развитие сферы образования, но для этого в него следует вложить соответствующие ресурсы.

На современном историческом этапе самым актуальным становится обеспечение перехода России к устойчивому социальному развитию, что требует формирования новой социальной стратегии, сбалансированной в организационно-политическом, экономико-экологическом и социокультурном направлениях. Социальная стратегия, направленная на создание условий для устойчивого развития Российской Федерации, предполагает также включение целей достижения гендерного равенства, как в соответствии Конституцией Российской Федерации, так и в соответствии с целями, обозначенными в Декларации Тысячелетия ООН, среди которых особое внимание уделено равенству мужчин и женщин.

Необходимость принятия гендерной стратегии определяется социальными проблемами, вызванными социально-экономическими и политическими преобразованиями в России. Наряду с открытием новых перспектив для широкого приложения человеческих способностей, требуется учитывать существенные гендерные различия, которые имеют место в обществе. Можно отметить, что сохраняются препятствия для женщин в реализации их прав в сфере труда, экономики, культуры, политике и т.п.

Очевидно, что в России, как на уровне отдельной семьи, так и в масштабах всей страны имеет место гендерный дисбаланс. Гендерная политика государства должна быть направлена на преодоление всех форм и проявлений (явных и скрытых) дискриминации по половому признаку. Главное предназначение стратегии гендерного развития — создание политических предпосылок и необходимых социальных условий для наиболее полной реализации природных способностей женщин и мужчин во всех сферах социальной жизни с целью обеспечения устойчивого развития общества. Стратегия служит инструментом формирования государственной гендерной

политики и контроля за ее осуществлением со стороны гражданского общества, а также может рассматриваться как важный этап ее становления, она призвана:

1) определить систему требований и критериев, отражающих современные представления о социальной справедливости в распределении ролей между женщинами и мужчинами в политической и общественной жизни, социально-трудовых и семейных отношениях, бизнесе, при распределении собственности, а также в информационной сфере;

2) наметить перспективы развития социального государства в контексте укрепления гендерной демократии, обеспечивающей проведение социально ответственной политики и раскрытие гражданского потенциала личности;

3) повысить уровень общей и политической культуры российского общества, показателями которого служат возможность самореализации граждан и обеспечение равенства полов во всех сферах жизнедеятельности, включая общественное производство, социально-трудовые и семейные отношения.

Различных программ в последнее время в стране разрабатывалось немало, в том числе и в социальной сфере.

В самой программе следовало бы задать источники экономических ресурсов, нужных для повышения уровня и качества жизни. Так, на начальном этапе ее реализации одним из источников финансирования могло бы стать перераспределение части национального богатства, осевшего в частных руках в результате нарушений законодательства. Но основным ресурсом являются средства субъектов хозяйствования, полученные за счет экономического роста.

Необходим социально ориентированный государственный бюджет, обеспечивающий достаточные размеры консолидированных расходов на социальное развитие. Надо, чтобы весь блок затрат на социальные нужды оказался защищенным. Бюджетное и налоговое законодательство должно гарантировать финансовую достаточность социальных расходов в региональных и местных бюджетах. Требуется также эффективно задействовать федеральные внебюджетные фонды, обеспечив их целевое

использование на социальные цели, особенно в регионах. Источником дополнительных ресурсов могут стать частные внебюджетные социальные фонды под гарантии государства.

Другим важным приоритетом государственной политики Российской Федерации является развитие "новой экономики". Новая экономика - совокупность отраслей, характеризующихся большим вкладом человеческого капитала по сравнению с материальными элементами. Она включает в себя профессиональное образование, информационно-коммуникационные рынки, производство инноваций и так называемые интеллектуальные услуги (консультирование, информационное посредничество, аналитика, маркетинговые услуги). Это сектор наиболее быстрого, динамичного роста, он в значительной степени выступает "мотором" ускорения других секторов экономики. Отрасли новой экономики непосредственно влияют на эффективность "старых" отраслей, формируя их информационную, кадровую и инновационную инфраструктуру.

Правительство России должно принять ряд серьезных мер по экономической поддержке семьи. Однако экономическая поддержка не означает, что государство должно только давать. Государство должно способствовать тому, чтобы семья самостоятельно встала на ноги, то есть помогать организации семейного бизнеса, семейных предприятий, предоставлять льготные кредиты, микрокредиты, по которым сейчас живет весь мир. Видимо назрел вопрос о внесении в Правительство Российской Федерации предложений о необходимости выделения средств на микрокредиты семьям, которые могли бы начать свое дело. И в первую очередь должен быть разработан закон об основах государственной семейной политики, в соответствии с ним при формировании бюджета могли бы предусматриваться средства для кредитования семейного бизнеса.

- а) обеспечения условий для совмещения трудовой деятельности и семейных обязанностей;
- б) создания благоприятных условий для рождения и воспитания детей;

- в) охраны материнства, отцовства, защиты прав детей;
- г) поддержки экономической самостоятельности каждой семьи.

Экономическая поддержка семьи должна осуществляться путем создания условий для приобретения ею в собственность недвижимости, другого имущества для трудовой деятельности членов семьи, а также получения иных не запрещенных законом источников дохода. В этом случае в семье будут созданы предпосылки для рождения здоровых детей. Особое место в реализации государственной семейной политики занимает укрепление и развитие нравственных начал семьи, создание условий для обеспечения сознательного родительства. Существуют несколько ассоциаций, занимающихся психолого-педагогической, экономической и другими видами помощи семьям с детьми.

Существенной особенностью современных процессов глобализации является устойчивый рост масштабов применения новых информационных технологий в жизни общества. Особая роль в этом процессе принадлежит глобальной сети Интернет, которая уже активно используется в российской политической жизни в качестве специфического интерактивного средства массовой коммуникации.¹ По мнению Мануэля Кастельса, сетевые структуры являются одновременно и средством и результатом глобализации общества.² Достижения в области новых технологий, на которых основывается формирование информационного общества, во многом изменили характер политической коммуникации. Функционирование современных демократических институтов может быть существенно затруднено без адекватного информационного сопровождения, а обеспечение равного доступа к сетям при определенных условиях может способствовать закреплению

¹ См.: Ачкасова В.А., Чугунов А.В. Концепт глобализации и роль информационных технологий (российский контекст) // Технологии информационного общества - Интернет и современное общество: Материалы Всероссийской объединенной конференции. Санкт-Петербург, 20-24 ноября 2000 г. - СПб.; 2000.

² См.: Castells M. The Information Age: Economy, Society and Culture: The Rise of the Network Society. Malden (Ma.) - Oxford: Blackwell Publ., 1996.

демократических стандартов на уровнях межличностного и межгруппового общения¹.

Государственная программа укрепления семьи в условиях социально-рыночной трансформации в России должна быть направлена на обеспечение совместной деятельности органов государственного управления, предприятий, общественных организаций, церкви и самой семьи. Она обязана включать в себя в качестве обязательных следующие атрибуты:

1. Субъекты – государственные органы управления; общественно-политические организации и движения; профсоюзы; религиозные организации; трудовые коллективы; сами семьи, граждане самостоятельно или через неформальные ассоциации.
2. Объекты – отдельные семьи, их группы и категории.
3. Цель – оптимизация условий функционирования.
4. Основной ориентир – постепенный переход от тактики дотаций и привилегий к практике устойчивых доходов и льготных кредитов.
5. Направления – развитие гибкой социально-экономической структуры; возрождение семейного бизнеса; повышение престижности домашнего хозяйства; помочь молодым семьям и возвращение долгов старшему поколению.
6. Правовая основа – система законов, законодательных и нормативных актов, направленная на обеспечение расширенного воспроизводства семьи, укрепление ее социально-экономического статуса, места и роли в переходе к устойчивому развитию общества
7. Механизм реализации на различных уровнях в соответствии с региональными и местными условиями.

Должна быть создана система социальной комплексной помощи семье, включающая следующие составляющие:

¹ См.: Гуторов В.А. Концепция киберпространства и перспективы современной демократии // Интернет и современное общество. Всероссийская научно-методическая конференция. Санкт-Петербург, 8 - 11 декабря 1998 г.: Тезисы докладов. – СПб., 1998.

1) развитие сети специализированных учреждений и служб социального обслуживания семьи и детей (Центров помощи семье и детям, социально-реабилитационных центров для несовершеннолетних, детей – сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, центров реабилитации для детей с ограниченными возможностями здоровья, кризисных центров для женщин, оказавшихся в сложной жизненной ситуации, и др.);

2) развитие сети учреждений и служб для молодежи (клубы по месту жительства, службы психологической помощи);

3) организация социальной работы по технологии «телефона доверия»;

4) сохранение и развитие материально-технической базы учреждений отдыха, оздоровления детей и семьи, развитие семейных форм отдыха, досуга и творчества.

Должны быть сформированы установки на здоровый образ жизни семьи, всех ее членов, предложены разработки инновационных программ инвестирования средств семьи в жилищную политику города с помощью механизма муниципальных жилищных обязательств и муниципальных ценных бумаг; обеспечение информационной безопасности семьи и личности на основе использования базы данных единой интегрированной системы персонифицированного учета (межведомственная программа информационного взаимодействия). В частности, для улучшения здоровья семьи: необходимо:

- 1) формирование установок на здоровый образ жизни;
- 2) сохранение доступной медицинской помощи беременным и детям;
- 3) развитие службы планирования семьи, совершенствование системы охраны репродуктивного здоровья (пропаганда безопасного материнства, профилактика заболеваний, передающихся половым путем);
- 4) развитие и совершенствование медико-генетической службы и учреждений перинатальной охраны плода;
- 5) обеспечение медико -социального патронажа различных групп населения;
- 6) обеспечение комплексной реабилитации инвалидов, в том числе детей - инвалидов;

- 7) осуществление контроля за питанием детей раннего возраста, беременных женщин и кормящих матерей;
- 8) разработка и реализация мер по экологической безопасности семьи;
- 9) улучшение материальных условий жизнедеятельности семьи, поддержка малоимущих семей;
- 10) разработка инновационных программ инвестирования средств семьи в жилищную политику города с помощью механизма муниципальных жилищных обязательств и муниципальных ценных бумаг;
- 11) распространение опыта использования в архитектурно - проектировочных решениях результатов прогноза семейной структуры населения;
- 12) создание специализированной программы жилищно - бытового обслуживания нуждающихся и бедных семей, проживающих в городе;
- 13) развитие рынка жилья и жилищно - бытовых услуг с учетом целей семейной политики города.

Основной целью в сфере семейной политики должно являться укрепление и развитие института семьи, создание условий для наилучшего выполнения семьей своих основных функций: экономической и репродуктивной, адаптации и защиты, социализации и психологической поддержки.

Семейная политика основана на переходе от патерналистического отношения государства к семье к новым стратегиям активной семейной политики, современном подходе к потенциалу личности, потребностям и ресурсам семьи.

Таким образом, основными принципами семейной политики являются:

1. Реалистичность и эффективность социальной политики.
2. Дифференцированный подход к различным группам и категориям семей.
3. Переориентация с пассивной социальной помощи и гуманитарных акций на активизацию жизненного потенциала семьи, всех ее членов.

Роль демократического государства в процессах развития семьи должна состоять в проведении адекватно провозглашенным целям законодательного регулирования, распределения ресурсов, находящихся в его распоряжении,

проведения политики экономического поощрения действий, направленных на цели социально-экономической поддержки семьи и женщины, принимаемых иными участниками процесса – предпринимателями, общественностью, частными лицами.

Социально-экономический тип образа жизни населения России еще не сложился. В нем появилось много черт, характерных для западного стиля жизни. В то же время стиль жизни российской семьи весьма далек от западного. Дистанцированность объясняется, с одной стороны, цивилизационными различиями, с другой – конкретными экономическими и политическими условиями современной России. В частности, сказывается нестабильность российского общества, которая сдерживает формирование цивилизованного образа жизни и придает ему противоречивый характер. Адаптируясь к новым условиям, люди одновременно демонстрируют приверженность к советским стандартам жизни.¹ Нынешний образ жизни является переходным. Это вполне естественно, так как соответствует переходному типу самого общества.

Утверждающийся новый политический порядок неизбежно должен был обратиться к вопросу о своей социальной базе. Принятые им ориентиры развития, обеспечения стабильности и необратимости произошедших изменений, наконец, социальный опыт развитых демократий подсказывают, что таким гарантом может служить социальная среда, параметры которой установлены не априорной социально-философской доктриной, а естественным процессом социально-философской эволюции общества XX века. На языке западной социологии она названа средним классом. Итак, содержанием социальной программы нового режима отныне становится технология создания среднего класса и расширение его численных границ.

¹ См.: Р.В. Рывкина. Образ жизни населения России: социальные последствия реформ 90-х годов// СОЦИС. – 2001. №4.

Заключение

Социологическое изучение стиля жизни приобретает особую актуальность, так как позволяет дать интегральную оценку происходящим в обществе переменам, определить доминирующие тенденции социального развития. Стиль жизни семьи можно оценить в рамках системного подхода и структурно-функционального анализа в совокупности с принципами сравнительно-исторического и культурологического анализов. Категориальный аппарат исследования расширен за счет междисциплинарности терминов, в диссертации дается авторская трактовка понятия «стиль жизни». Стиль жизни семьи можно также рассматривать как социально-психологическое явление. В настоящее время происходит плюрализация и индивидуализация стилей жизни. Изучая труды и опираясь на выводы Тоффлера¹, можно сказать, что образование стиля жизни связано с наличием в обществе различных субкультур. Таким образом, диверсификация стилей жизни и их презентация в последнее десятилетие стали возможны благодаря возникновению определенных условий: прежде всего, появлению новых экономических, информационных, культурных, политических возможностей и осознанию этих возможностей, затем, росту толерантности граждан, готовности жить в достаточно сложной полистилистической среде, и, наконец, усилию официальной поддержки, попыткам формального закрепления правил взаимодействия различных стилей в повседневной жизни.

Автор делает вывод, что категория стиль жизни семьи выполняет не только функцию дифференциирующую, выделяя вариантное в образе жизни, но одновременно обобщающую, в частности, обобщение касается группы, определенного множества людей, одинаково ведущих себя, использующих общие, единые способы жизнедеятельности; во-вторых, стиль жизни семьи отражает не один из видов ее деятельности, а особенности ее образа жизни в

¹ См.: Toffler A. The Future shook.- L., 1970.

целом; в-третьих, стиль жизни является научной категорией, которая фиксирует не единичное, случайное, а отражает устойчивое, повторяющееся в способе жизнедеятельности семьи на протяжении длительного отрезка времени. Мы считаем мощным фактором стилевой дифференциации ускоряющийся сегодня процесс глобализации.

Несмотря ни на что, семья является одним из самых устойчивых общественных институтов. В ней наблюдается активный процесс эгалитаризации и демократизации внутрисемейных отношений.

Нарождается новый социальный институт российской семьи, с неадекватными традиционным социальными правилами и нормами, отвечающий потребностям отдельных индивидов. Возникающие варианты просемейной деятельности дают людям столько положительных переживаний, сколько ими ожидается, и в индивидуальном сознании сливаются воедино преимущества свободного демократического выбора варианта семьи с преимуществами социально-психологического характера, которые она предоставляет.

Таким образом, для того, чтобы человек был «настоящим» человеком, а народ имел хорошую общественную организацию, экономическое процветание, свободу, духовное развитие и силу, мало хороших наследственных свойств, мало благоприятных условий, нужно еще, чтобы семейный институт народа был хорошо организован и воспитывал бы «настоящих» людей. Эту задачу для многих народов наилучше достигает строй семьи, соответствующий индивидуалистическому типу.

Модель семьи как социального института очень важна для прогноза изменений семьи, тенденций ее развития. Россия переживает переход к цивилизованному гражданскому обществу. Успех этого перехода во многом зависит от формирования здоровых семейных отношений, становления гармоничного и оптимального стиля жизни семьи.

Автор делает вывод, что потребление – один из главных показателей стиля жизни современной российской семьи, а реклама как общественный феномен

является одновременно продуктом общества потребления и фактором его формирующим. Помимо материальных, утилитарных потребностей, существуют потребности в сфере досуга и отдыха. В настоящее время исследователей все больше интересуют проблемы, связанные с использованием свободного времени в соответствии с размерами доходов. Был сделан вывод о том, что при движении вверх по лестнице социальной иерархии расширяется диапазон выбора досуговых практик. Одновременно возрастает общая активность, особенно в «элитных» и «культурных» занятиях, и снижается домашняя трудовая активность. Все это подтверждает выводы Т. Веблена о стремлении к «демонстративной праздности» более высоких социальных страт. Можно сказать, что некоторые занятия стали характерными в первую очередь именно для средних классов и в значительной мере могут рассматриваться как индикаторы принадлежности к нему.

Таким образом, автор приходит к выводу, что, во-первых, семейные ориентации и традиции играют ведущие роли в определении стиля жизни. Согласно мониторингу общественного мнения, около половины опрошенных предпочитают «серединную позицию». Как самая примитивная ориентация на выживание, так и амбициозная («как западные») напрямую зависит от возраста, уровня образования и типа поселения (уровня урбанизации). Позиция «жить лучше большинства» зависит от возраста, наличия образования выше неполного среднего и не зависит от типа поселения.

Диссертант замечает, что основными чертами новой модели потребления саратовских семей являются:

1. Отказ от «советского» стиля потребления (отказ от покупок впрок).
2. Появление новых критериев и приоритетов (по сравнению с единственным критерием малообеспеченных семей – ценой) при выборе товаров.
3. Появление «бытового маркетинга», то есть стратегия выбора товаров на основе специальных справочно-рекламных изданий, просмотров передач, пользования сетью Интернет.

4. Восстановление стратегии долгосрочного планирования покупок, инвестирование.

5. Появление принципиально новых статей расходов, таких как платное образование и медицина, новые средства коммуникаций и др.

6. Изменение отношения к своему здоровью, осознана потребность в здоровом образе жизни.

7. Появление новых форм проведения досуга и отдыха.

8. Принятие западных стандартов в потреблении, вестернизация многих сторон повседневной жизни.

Автором обозначены основные направления оптимизации стиля жизни российских семей. В современный период перехода к рыночным отношениям, когда государство отказывается от регулирования доходов и цен, происходит сложный процесс адаптации семей к новым социально-экономическим условиям, чрезвычайно важно обеспечить становление новых, адекватных рынку институтов социальной сферы. Важнейшим обобщающим показателем стиля и уровня жизни являются реальные денежные доходы населения, в большей мере характеризующие изменение его потребительских возможностей, то есть фактического материального положения.

Исходя из результатов диссертационного исследования, можно выработать стратегию по социальной политике защиты семей, а также рекомендации по формированию гармоничного образа и стиля семейной жизнедеятельности.

Две центральные проблемы: политика доходов и политика занятости, выдвинутые в качестве базовых для реформирования социальной сферы, вполне отвечают социальным ожиданиям российских семей, экономическое положение которых влияет на устойчивую тенденцию к обострению всех процессов жизнедеятельности семьи. Необходимо повышать качество жизни. Следует отметить, что социально-экономический тип образа жизни населения России еще не сложился. В нем появилось много черт, характерных для западного стиля жизни, однако стиль жизни российской семьи весьма далек от западного. Таким образом, диссертант утверждает, что содержанием

социальной программы нового режима должна стать технология создания среднего класса и расширение его численных границ.

Список использованной литературы**Отечественная литература**

1. Адлер А. Практика и теория Индивидуальной психологии, 1924.
2. Алешина И.В. Поведение потребителей.– М.: ФАИР–Пресс, 2000.
3. Алешина Ю. Е. Индивидуальное и семейное психологическое консультирование.– М., 1993.
4. Антонов А.И. Депопуляция и кризис семьи в постсоветской России: кто виноват и что делать?// Вестн. Моск. ун–та. Сер.18. Социология и политология. – М., 1995. N 2.
5. Антонов А.И. Микросоциология семьи: методология исследования структур и процессов. – М.: Издат. Дом Nota Bene, 1998.
6. Антонов А.И., Медков В.М. Социология семьи.– М.: Изд–во МГУ, 1996.
7. Антонов А.И., Медков В.М., Нетрусов М.А. Демография семьи – проблемы моделирования семейного цикла жизни // Вестник Московского университета. – Серия 18. Социология и политология. – № 2.
8. Антонов А.И., Сорокин С.А. Судьба России XXI века. – М.: 2000.
9. Ануфриева Р. М., Головаха Н.И., Донченко Е. А. и др. Стиль жизни личности. Теоретические и методологические проблемы.– Киев: Наукова думка, 1982.
- 10.Анцыферова Л. И. Некоторые теоретические проблемы психологии личности. // Вопросы психологии – 1978. №1.
- 11.Аристотель. Соч.: В 4 т. – М., 1984.
- 12.Арутюнян М. Ю, Здравомыслова О. М. Российская семья на европейском фоне / Институт социально– экономических проблем РАН.– М., 1998.
- 13.Ахиезер А.С., Козлова Н.Н., Матвеева С.Я. и др. Модернизация в России и конфликт ценностей. – М., 1993.

- 14.Ачкасова В.А., Чугунов А.В. Концепт глобализации и роль информационных технологий (российский контекст) // Технологии информационного общества – Интернет и современное общество: Материалы Всероссийской объединенной конференции. Санкт-Петербург, 20–24 ноября 2000 г.– СПб.; 2000.
- 15.Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. – М., 1995.
- 16.Бережной Н.М. Человек и его потребности. / Под ред. В.Д. Диденко. – Московский Государственный Университет Сервиса. 2000.
- 17.Бестужев–Лада И.В. Модернизация школы // Народное образование. – 1990. №8.
- 18.Бестужев–Лада И.В. Советский образ жизни: Формы и методы его пропаганды. – М.: Знание, 1980.
- 19.Бестужев–Лада И.В. Содержание и структура категории образ жизни. // Теоретические и методологические проблемы исследования образа жизни. – М., 1979.
- 20.Блаженкова О., Гурова Т. Класс. Средние русские // Эксперт. – 2000.
- 21.Будагов Р. А. Человек и его язык. – М., 1976.
- 22.Бурдье П. Начала. Coses dites / Пер. с фр. М.: Socio–Logos, 1994.
- 23.Бурдье П. Структура, габитус, практика. // Журнал социологии и социальной антропологии. – 1998. Том 1. № 2.
- 24.Бурдье П. Структуры, habitus, практики. // Современная социальная теория: Бурдье, Гидденс, Хабермас. – Новосибирск, 1995.
- 25.Бутенко А. П. Социалистический образ жизни: проблемы и суждения. М. 1978.
- 26.Бутенко А. П., Ципко А. С., Киселев В.П. Социалистический образ жизни (методологические проблемы исследования). – М., 1975.
- 27.Бызов, Л.Г. Уровень потребления и имущественные характеристики среднего класса // Социс. – 2000. №3
- 28.Вебер М. Избранные произведения / Пер. с нем. Сост. Ю.Н. Давыдов.– М.: Прогресс, 1990.

29. Вебер М. Основные понятия стратификации // А.И. Кравченко. Социология Макса Вебера. Труд и экономика. – М.: На Воробьевых, 1997.
30. Вебер М. Хозяйство и общество // Вебер М. Избранные произведения. М., 1990.
31. Веблен Т. Теория праздного класса. – М.: Прогресс, 1984.
32. Виноградов В.В. Проблема авторства и теория стилей. – М., 1961.
33. Вишневский А.Г. Демографическая революция. – М., 1976.
34. Вишненский А.Г. Воспроизводство населения и общество: История, современность, взгляд в будущее. – М., 1982.
35. Волков А.Г. Семья – объект демографии. – М., 1986.
36. Волков В. О концепции практик в социальных науках // Социологические чтения. – 1997. № 2.
37. Волчкова Л.Т., Минина В.Н., Ганскую Е.Г., Волчков А.Н. Стратегии потребительского поведения населения на рынке продовольственных товаров Санкт-Петербурга (Материалы эмпирического исследования). – СПб., 2000.
38. Гайденко П. П. Эволюция понятия науки – М., 1980.
39. Галицкий Е. Ю. Свойства российской аудитории Интернета по данным регулярных исследований Фонда «Общественное мнение» 11.11.2002 <http://www.fom.ru>
40. Герасимова И.А., Щербакова Е.М., Верхунова М.С. Формирование семейной структуры населения России: региональный аспект // Семья в России. – 1994. – N 2.
41. Гоббс Т. Избранные произведения. – М., 1964.
42. Голод С.И. Будущая семья какова она – М.: Знание. 1990.
43. Голод С.И. Стабильность семьи: социальный и демографический аспекты. – Л., 1984.
44. Гордон Л., Клопов Э. Потери и приобретения в России девяностых // Экономическая социология – 2001. №5.– том 2.

- 45.Гордон Л.А., Клопов Э.В. Социальное развитие советского рабочего класса и изменение его структуры // Рабочий класс, производственный коллектив, научно–техническая революция. – М., 1971.
- 46.Гордон Л.А., Клопов Э.В. Человек после работы: Социальные проблемы быта и внерабочего времени: По материалам изучения бюджетов времени рабочих в крупных городах Европейской части СССР. – М.: Наука, 1972.
- 47.Гофман А. Мода и обычай // Рубеж: альманах социальных исследований. 1992. Вып. 3.
- 48.Груздева Е. Б. Совмещение женщинами профессиональной и семейной ролей // Интеграция женщин в процесс общественного развития. – М.: Луч, 1994. Ч. 2.
- 49.Груздева Е. Женская безработица в России (1991–1994 гг.) / Институт мировой экономики и международных отношений РАН. – М., 1995.
- 50.Грушин Б.А. Свободное время. Актуальные проблемы. – М.: Мысль, 1967.
- 51.Грушин Б.А. Свободное время: Величина. Структура Проблемы Перспективы. – М.: Правда, 1966.
- 52.Гулыга А.В. Эстетика истории. – М., 1974.
- 53.Гурко Т.А. Социология пола и гендерных отношений / Социология в России. – М., 1998.
- 54.Гурко Т.А. Трансформация института современной семьи // Социологические исследования. – 1995. № 10.
- 55.Гуторов В.А. Концепция киберпространства и перспективы современной демократии // Интернет и современное общество. Всероссийская научно–методическая конференция. Санкт–Петербург, 8 – 11 декабря 1998 г.: Тезисы докладов. – СПб., 1998.
- 56.Денисова Г.С., Гук А. А Маркетинговые исследования российского рынка: опыт анализа// Маркетинг и маркетинговые исследования в России. – 1999. N 1.
- 57.Дилигенский Г.Г. Проблемы теории человеческих потребностей // Вопросы философии. – 1976. N 9.

- 58.Динамика социального самочувствия в контексте трансформации структуры российского общества / Отчет о работе в 2002 году ИС РАН. М. 2002.
- 59.Душацкий Л.Е. Ценностно–мотивационные доминанты российских предпринимателей // Социологические исследования. – 1999. N 7.
- 60.Дюркгейм Э. Введение в социологию семьи, 1888.
- 61.Ежегодный статистический сборник РФ.– М., 2003.
- 62.Елизаров В.В. Семейная политика в СССР и России // Семья в России. – 1995 – N1–2.
- 63.Елизаров В.В., Зверева Н.В., Калабихина И.Е. Основные направления комплексного подхода к исследованию семьи и домохозяйства. Определение понятий // Домохозяйство, семья и семейная политика. – М. 1997.
- 64.Еремичева Г.В. Изменения тенденций потребительского поведения петербуржцев за годы реформ и подходов к его изучению// Социология потребления/ Под. Ред. Л.Т. Волчковой, Ю. Гронова, В.Н. Мининой. – СПб.: Социологическое общество им. М.М. Ковалевского, 2001.
- 65.Жилина Л.Н. Потребности, культура потребления и ценностные ориентации личности. – М., 1988.
- 66.Захаров С.В., Иванова Е.Н. Рождаемость и брачность в России. // СОЦИС. – 1997. № 7.
- 67.Заславская Т.И. Социальный механизм трансформации российского общества // Социол. журн. –1995. N 3.
- 68.Зверева Н.В., Калабихина И.Е., Калмыкова Н.М., Гукова Е.Г., Тышкевич В.П. Методы изучения семьи и домохозяйства и проблемы их информационного обеспечения // Домохозяйство, семья и семейная политика. – М. 1997.
- 69.Здравомыслов А.Г. Потребности. Интересы. Ценности. – М.: Политиздат, 1986
- 70.Зиммель Г. Мода // Зиммель Г. Сочинения в 2–х тт.– М., 1999.
- 71.Зиммель Г. Философия культуры. М.: Юрист, 1996.

- 72.Зиммель Г. Экскурс по проблеме: Как возможно общество? // Вопросы социологии. 1993. №3.
- 73.Зомбарт В. Буржуа. Этюды по истории духовного развития современного экономического человека. – М.: Наука, 1994.
- 74.Зомбарт В. Любовь, роскошь и капитализм // СПб.: Благо, 1917.
- 75.Зубов А. Единство и разделения современного русского общества. // Знамя. – 1998. № 11.
- 76.Иванов Д.В. Эволюция концепции глобализации // Телескоп.– 2002. №5.
- 77.Ильин В.И. Поведение потребителей – СПб.: Издательство «Питер», 2000.
- 78.Ионин Л. Г. Культура на переломе (Механизмы и направление современного культурного развития в России) // Социологические исследования. – 1995. №2.
- 79.Ионин Л.Г. Культура и социальная структура // Социс. – 1996, №2/3.
- 80.Ионин Л.Г. Культура на переломе (Механизмы и направление современного культурного развития в России) //Социологические исследования. – 1995. №2.
- 81.Кант И.. Соч.: В 6 т. – М., 1966.
- 82.Кантор А. М. Стиль. // Большая Советская Энциклопедия. – М, 1976. – Т. 24, ч. 1.
- 83.Карабанов С.Г. Стиль жизни молодежи в условиях трансформации современной России. – Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата социологических наук. ВГУ, 2003.
- 84.Карцева Л.В. Модель семьи в условиях трансформации российского общества// СОЦИС.– 2003. №7.
- 85.Кашин Ю. Сберегательный процесс и Сберегательный банк // Вопросы экономики. – 2000.№5.
- 86.Клименкова Т. Феминизм и постмодернизм // Феминизм: Восток, Запад, Россия. М.: Наука, 1993
- 87.Климов Е. А. Индивидуальный стиль деятельности. – Казань, 1969.
- 88.Ковалевский М. Очерк происхождения и развития семьи и собственности / Пер. с фр., под ред. М.О. Косвена. – М.: ОГИЗ, 1939.

- 89.Ковалевский М. Социология. Генетическая социология, или Учение об исходных моментах в развитии семьи, рода, собственности, политической власти и психической деятельности. – СПб.: Типография М.М. Стасюлевича, 1910.– Т. 2.
- 90.Коломиец В.П. Реклама в социологическом видении // Вестник МГУ. Сер.18. Социология и политология.– 2001. №1.
- 91.Комарова С. Н. Институт рекламы в современной России: соотношение экономических и культурных функций // Автореферат диссертации на соискание кандидата социологических наук, Ростов–на–Дону, 2001.
- 92.Кон И.С. Ребенок и общество. – М., 1988.
- 93.Кон И.С. Социология личности. – М.: Наука, 1967.
- 94.Конт О. Дух позитивной философии. – СПб., 1910.
- 95.Конт О. Курс позитивной философии // Родоначальники позитивизма. – СПб., 1912.– Вып. 4.
- 96.Корнаи Я. Дефицит. – М.: Наука, 1990.
- 97.Красильникова М. Склонность к сбережениям и потреблению // Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения, 1997, №3 (29).
- 98.Красильникова М., Николаенко С. Индекс потребительских настроений // Экономические и социальные перемены: Мониторинг общественного мнения, 1994, №2.
- 99.Красильникова М.Д. Потребители: Новаторы и консерваторы // Экономические и социальные перемены: Мониторинг общественного мнения. 1996. № 1.
100. Культурная среда и ее освоение. – М., 1988.
101. Куценко В. И. Философско–социологическое содержание категории «образ жизни» // Социалистический образ жизни и всестороннее развитие личности. – Киев, 1979.
102. Левада Ю. А. «Человек ограниченный»: уровень и рамки притязаний // Мониторинг общественного мнения. – 2000. №4 (48).

103. Левада Ю.А. «Человек политический»: сцена и роли переходного периода // Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения. – 1996. №4.
104. Левин К. Разрешение социальных конфликтов.– СПб.: Речь, 2000.
105. Лоусон Т., Гэррод Д. Социология. А–Я: Словарь–справочник. – М.: ФАИР–ПРЕСС, 2000.
106. Маркс К. , Энгельс Ф. Соч.– 2–е изд. М., 1964. – Т. 3.
107. Маркс К. Капитал, т. 1.
108. Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. 2–е изд.– М., 1964.
109. Мацковский М.С. Российская семья в изменяющемся мире // Семья в России. – 1995. – N 3/4.
110. Мацковский М.С. Социология семьи: проблемы теории, методологии и методики / Отв. ред. Батыгин Г.С. – М.: Наука, 1989.
111. Медведь, № 1, 1995.
112. Мид М. Культура и мир детства.– М., 1989.
113. Митрофанова И.В., Чекунов С.А. Разрешима ли проблема тезаврации? // Социс. – 2002. №4.
114. Неудачина И.Г. Современная российская молодая семья: гендерный анализ // Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата социологических наук, Екатеринбург, 2003.
115. Образ жизни в условиях социализма: Теоретико–методологическое исследование / Под ред. А. Арнольдова, А. Ципко, Э. Орловой. – М.: Наука, 1984.
116. Образ жизни: теоретические и методологические проблемы социально–психологического исследования / Головаха Е.И., Сохань Л.В., Тихонович В.А. и др. – К.: Наук. думка, 1980.
117. Общая социология. // Ю.Н. Аксененко, Л.С. Аникин, Г.В. Дыльнов, В.А. Климов; под ред. Г.В. Дыльнова. – Саратов. Изд–во Саратовского университета, 1999.

118. Общее и особенное в образе жизни социальных групп советского общества / Отв. ред. И.Т. Левыкин. – М.: Наука, 1987.
119. Овсянников А.А., Петтай И.И., Римашевская Н.М. Типология потребительского поведения. М., 1989.
120. Ожегов С.И. Словарь русского языка. – М.: Изд–во «Русский язык», 1989.
121. Орлова Э.А. Динамика культуры и целеполагающая активность человека // Морфология культуры: структура и динамика. – М., 1994.
122. Палиевский П. В. Постановка проблемы стиля. // Теория литературы. Основные проблемы в историческом освещении. Стиль. Произведение. Литературное развитие – М., 1965.
123. Панкратьева Н.В. Экономическое положение многодетных семей и проблемы их социальной защиты // Семья в России. – 1997. №1.
124. Парсонс Т. Система современных обществ. – М.: Аспект Пресс, 1997.
125. Патрушев В.Д. Бюджеты времени: документированные свидетельства образа жизни людей // Социология в России / Под ред. В.А. Ядова. – М., 1996.
126. Педагогическое наследие русского зарубежья, 20–е годы./ Сост. П.В. Алексеев. – М.: Просвещение, 1993.
127. Платон. Соч.: В. 6 т. – М., 1971.
128. Повседневность 90–х глазами петербуржцев / Ред. И. Травин, Ю. Симпуря. – СПб.: Европейский Дом, 1999.
129. Пуляев В.Т. Размышления о семье российской II Социально–гуманитарные знания. – 2001. №6.
130. Пчелинцева Е.Г. Радиореклама как фактор формирования стиля жизни современного поколения./ Поколенческая организация современного российского общества (специфика современных межпоколенческих отношений): Коллективная монография / Под ред. Г.В. Дыльнова и Н.В. Шахматовой. – Саратов: Изд–во «Научная книга», 2003.
131. Пчелинцева Е.Г. Компьютерная грамотность как фактор повышения эффективности образования и воспитания молодежи // Некоторые проблемы

- социально-политического развития современного российского общества: Сб. науч. трудов. – Саратов: Изд-во «Надежда», 2002. – Вып. 9.
132. Пчелинцева Е.Г., Климов В.А. Социодинамика интернет-сообщества в современном российском обществе // Некоторые проблемы социально-политического развития современного российского общества: Сб. науч. трудов.– Саратов: Изд-во «Надежда», 2003. – Вып.10.
133. Рывкина Р.В. Образ жизни населения России: социальные последствия реформ 90–х годов// СОЦИС. –2001. №4.
134. Радаев В., Шкаратан О. Социальная стратификация. – М., 1996.
135. Радаев В.В. Экономическая социология. – М., 1997.
136. Радаев В.В., Шкаратан О.И. Социальная стратификация. – М.: Аспект – Пресс, 1996.
137. Раппорт С.О. О стилях жизни городской интеллигенции // Человек и его образ жизни. (Социологические аспекты). – Вильнюс, 1987.
138. Ржаницина Л.С. О бедности в России: причины, состав, профилактика семей // Семья в России.– 1997. №1. С. 91; 1997. №3.
139. Рошина Я.М. Стиль жизни / Средние классы в России: экономические и социальные стратегии / Под ред. Т. Малевой. – М.: Гендальф, 2003.
140. Рошина Я.М. Стиль жизни предпринимателя: Типы потребительских ориентаций // Вопросы экономики. – 1995. № 7.
141. Рыбцова Л.Л. Гендерные исследования в системе социологического знания. / Уральская социология на рубеже веков: преемственность поколений.– Екатеринбург, 1999 – Ч.1.
142. Рывкина Р.В. Образ жизни населения России: социальные последствия реформ 90–х годов // Социс. – 2001. № 4.
143. Савинов Л. И. Семья и общество: история, современность и взгляд в будущее.– Саранск, 1992.
144. Садовский В. Н. Системный подход и общая теория систем: статус, основные проблемы и перспективы развития. – М.: Наука, 1980.

145. Семья: ХХI век. Проблемы формирования региональной семейной политики / Аналитический вестник Совета Федерации ФС РФ. – 2002. – № 11 (167).
146. Сидоренко Е. Терапия и тренинг по Альфреду Адлеру. М.: Речь, 2000.
147. Синельников А.Б., Борисов В. Семья и демографические тенденции // Социальная защита населения: Обзор. информ. Сер. Соц. помощь семье и детям. – 1995. – Вып.2.
148. Сорокин П.А. Система социологии.– М.: Наука, 1993. – Т. 1.
149. Сорокин П.А. Социальная роль семьи и школы // Педагогическое наследие русского зарубежья, 20–е годы. – М., 1993.
150. Сорокин П.А. Человек. Цивилизация. Общество. – М.: Политиздат, 1992.
151. Состояние и основные тенденции развития образа жизни советского общества / Отв. ред. И.Т Левыкин. – М.: ИСИ АН СССР, 1988.
152. Социальная статистика. / Под ред. Чл.-кор. РАН И.И. Елисеевой.– М.: Финансы и статистика, 2001.
153. Социологические методы изучения образа жизни / Отв. ред. И.Т. Левыкин, Э.А. Андреев. – М.: ИСИ АН СССР, 1985.
154. Социологический образ жизни и всестороннее развитие личности. – Киев, 1979.
155. Социология быта. Здоровье и образ жизни населения / Гордон Л., Возмитель А. и др. / Под ред. В.А. Ядова. – М: Изд–во Института социологии РАН, 1988.
156. Социология образа жизни / Составители: В. И. Бегинин, Г. В. Дыльнов, В.А. Шабалин. – Саратов: Издательство СГУ, 1993.
157. Социология потребления / Под ред. Л. Т. Волчковой, Ю. Грона, В.Н. Мининой. – СПб.: Социологическое общество им. М.М. Ковалевского, 2001.
158. Степанов Ю. С. Стиль языка // Большая Советская Энциклопедия.– М., 1978.– Т. 24, ч. 1.
159. Стили и образы жизни, новые поведенческие формы / Отчет о работе в 2002 году ИС РАН. – М. 2002.

160. Стиль // Философская энциклопедия. М., 1979. Т. 5.
161. Стиль жизни личности: теоретические и методологические проблемы / Сохань Л.В., Головаха Е.И., Тихонович В.А. и др. – К.: Наук. думка, 1982.
162. Тард Г. Социальная логика. – СПб., 1996.
163. Тернер Б. Массовая культура, различие и стиль жизни // Контексты современности: Хрестоматия. Казань: АБАК, 1998.
164. Тодоров А. Качество жизни. Критический анализ буржуазных концепций. – М., 1980.
165. Толстых В.И. Образ жизни как социально-философское понятие // Вопросы философии. – 1974. N 12.
166. Толстых В.И. Образ жизни: понятие, реальность, проблемы. – М., 1975.
167. Томпсон Дж. Л., Пристли Дж. Социология.– М.: АСТ, 1998.
168. Харчев А.Г. Брак и семья в СССР. – М.: Мысль, 1979.
169. Харчев А.Г. Исследования семьи: на пороге нового этапа// СОЦИС. – 1986. N 3.
170. Харчев А.Г. Социалистическая революция и семья // СОЦИС. – 1994. N6.
171. Хлопьев А.Т. Трансформация социальной системы российского общества II Социально–политический журнал. – 1995. №3.
172. Ципко А. Образ жизни как социологическая категория: Историческая сущность и основные черты социалистического образа жизни // Советский образ жизни: Сегодня и завтра. М.: Молодая гвардия, 1976.
173. Ципко А.С. Социалистический образ жизни и новый человек. – М. 1979.
174. Черных И. Б. Стиль. // Краткая литературная энциклопедия. – М., 1972. – Т. 7.
175. Черныш М. Россия держит марку // Со–общение. – 2000. № 5.
176. Черняк Е.М. Социология семьи. – М.: Дашков и К°, 2003.
177. Шакуров Р. Х. Психологический анализ стиля деятельности директоров школ по руководству педагогическими коллективами // Вопросы психологии.– 1974, №4.

178. Шелер М. Формы знания и образования: Пер. с нем. // Человек. –1992. № 5.
179. Шульга Н.А. Критерии определения стилей жизни. // Образ жизни. Теоретические и методологические проблемы социально–психологического исследования.– Киев, 1980.
180. Энджелл Джеймс Ф., Блэккуэл Роджер Д., Миниард Пол У. Поведение потребителей. – СПб.: Питер, 1999.
181. Энциклопедический музыкальный словарь. – М.,1966.
182. Янкова З. А. Структура городской семьи в социалистическом обществе. // Социологические исследования. – 1977. № 1.

ЗАРУБЕЖНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Aron R. Le developpement de la societe industrielle et la stratification sociale.– P., 1956.
2. Applbaum K. The sweetness of salvation; consumer marketing and the liberal–bourgeois theory of needs // Current Anthropology. – 1998. Vol. 39. No 3.
3. Baudrillard J. The Consumer Society. Myths @ Structures. L., Thousand Oaks, New Dehi: SAGE Publication, 1998.
4. Baudrillard. Le systeme des objets. –P., 1968.
5. Bryan S. Turner. Status Open University. – Milton Keynes, 1988.
6. Castells M. The Information Age: Economy, Society and Culture: The Rise of the Network Society. Malden (Ma.) – Oxford: Blackwell Publ., 1996.
7. Giddens A. The Transformation of Intimacy: Sexuality, Love and Eroticism in Modern Societies. – Stanford: Stanford univ. press, 1992.
8. Lash S. and Urry J. Economies of signs and spaces. – London: Sage, 1994.
9. Lipset S.M. Social stratification, social class // International Encyclopedia of Social Sciences. – N.Y.: Crower Collier and Macmillan, 1968.
10. Maslow A. H. Motivation and Personality. –N. Y., 1970.

- 11.Morier K. La psychologic des styles. – Geneve, 1959.
- 12.Ritzer G. The McDonaldization of Society. – California: Thousand Oaks, 1993.
- 13.Ritzer G. The McDonaldization Thesis. – London, 1998.
- 14.Rostow U. The stage of economic growth. A non-communist manifesto. Camb., 1960.
- 15.Simmel G. Soziologie. Untersuchungen über die Formen der Vergesellshatung. Leipzig: Dunker & Humblot, 1908.
- 16.Toffler O. Future schock. – London, 1971.
- 17.Weber M. Essays in sociology. Oxford, 1946
- 18.Weber M. Theory of social and economic organization.– Oxford, 1947.
- 19.White H. The content of the form: Narrative discourse and historical representation. – Baltimore: Johns Hopkins Press, 1987.