

Ильиных Светлана Анатольевна

доктор социологических наук,
профессор кафедры социальных коммуникаций
и социологии управления
Новосибирского государственного университета
экономики и управления

**СТИЛЬ ПОТРЕБЛЕНИЯ:
ИССЛЕДОВАНИЕ
ДОСУГОВЫХ ПРАКТИК РОССИЯН**

Аннотация:

В статье анализируются понятия «стиль потребления», «стиль жизни», «качество жизни», «капитал». Стиль потребления включается в более общее понятие – стиль жизни. Рассматривается такой показатель стиля потребления, как досуг представителей среднего класса. Досуговые практики позволяют индивидам разнообразить жизнь. На основании эмпирического исследования изучается их динамика. Выделяются три стратегии досуговых практик: простая, развивающая и активная. Каждая из них содержит свой культурный капитал. Активная досуговая практика как параметр стиля потребления начинается только при условии расширения спектра досуговых предпочтений за счет внедомашних видов культурной, развлекательной, общественной или иной деятельности. Использование стратегий зависит не только от активности самого индивида, но и от его возраста.

Ключевые слова:

стиль потребления, качество жизни, капитал, досуговые практики, гендер.

Ilyinykh Svetlana Anatolyevna

D.Phil. in Social Science, Professor,
Social Communications and Sociology of
Management Department,
Novosibirsk State University of
Economics and Management

**THE STYLE OF CONSUMPTION:
RESEARCH OF LEISURE
PRACTICES OF RUSSIANS**

Summary:

The article analyses the concepts of "consumption style", "lifestyle", "quality of life", "capital". The style of consumption is included in the more general concept of the lifestyle. The author considers such an aspect of consumption style as leisure of the middle class representatives. The leisure practices allow individuals to diversify their lives. Based on the empirical study the dynamics of leisure practices is discussed. The author distinguishes three strategies of leisure practices: easy, active and developing. Each of them contains its cultural capital. The active leisure practice as a parameter of consumption style takes its rise only if the leisure preferences expand by inclusion of outdoor forms of cultural, entertainment, social, or other activities. The use of strategies depends not only on the proactive attitude of a person, but also on his or her age.

Keywords:

style of consumption, quality of life, capital, leisure practices, gender.

Социально-экономические изменения последнего времени в России находят специфическое выражение в процессе потребления. Однако достаточного внимания вопросам изучения и использования на практике закономерностей процессов потребления не уделяется, особенно в применении к конкретным социальным группам и классам.

Стоит указать, что особое место в настоящей социально-экономической структуре России занимает средний класс. Его потребительские характеристики привлекают внимание социологов по ряду причин. Во-первых, он играет стабилизирующую роль в функционировании гражданского социума и рыночной экономики. Во-вторых, потребление среднего класса служит ориентиром развития потребления для других классов общества. В-третьих, в условиях текущего производства его представители реализуют важнейшие критерии воспроизводства рабочей силы современного качества.

Одной из характеристик общества является стиль потребления. Можно говорить о том, что это не просто объективное массовое действие, которое разворачивается как сумма индивидуальных действий индивидов по потреблению материальных благ и услуг. Стиль потребления, скорее, качественная норма воспроизводства типа потребительского поведения, свойственного определенному классу общества в историческом развитии, изменяющаяся под воздействием уровня производства, возвышения человеческих потребностей. Это понятие особенно актуализировалось с переходом социума в общество потребления [1].

С понятием «стиль потребления» тесным образом связана категория «капитал». Капитал индивида в концепции П. Бурдьё составляют материальные и умственные (символические) ресурсы, к которым он имеет доступ. Капитал делится на экономический и культурный. Экономический может быть либо материальным, либо символическим (способность управлять частным предприятием, контакты с банками и т. д.). Образование и владение «культурными продуктами» относятся к сфере культурного капитала. В соответствии с тем, какое положение человек занимает в социальном пространстве, осуществляется выбор его жизненного стиля. «Иначе говоря, через распределение свойств социальный мир объективно представляется как символическая система, пространство стилей жизни и групп, по составу характеризующихся различными стилями жизни» [2, с. 196].

Таким образом, существует тесная корреляция трех понятий – «стиль потребления», «стиль жизни» и «капитал». Стиль потребления включается в более общее – стиль жизни. В то же время как один из показателей стиля жизни стиль потребления значительно влияет на него. Как указывает В.Ю. Истомин, «стиль жизни – структурированная система позиций социального пространства, занимаемых индивидом, принадлежащим к определенной группе (классу), а также его представление об этих объективно занимаемых позициях» [3]. Данные позиции определяются практиками индивидов, то есть видами деятельности и используемыми в повседневности вещами. Особое место в подобной системе принадлежит вкусу – системе схем восприятия и оценивания своих и чужих практик. В стиль жизни включаются практики в самых разнообразных полях: потребление, досуг, труд, здоровье, образование, участие в политике и т. д.

Соглашаясь в целом с позицией автора, укажем все же, что, с нашей точки зрения, в практику потребления включается также досуг. Он существует в виде досуговых практик. Его необходимо рассматривать шире, чем простое свободное время, остающееся после работы. Досуговые практики позволяют разнообразить индивидуальную жизнь. Удовлетворенность досугом является важнейшим индикатором положения и социального самочувствия разных социальных групп, серьезно влияет на их мировосприятие, формирует ощущение выигрыша или проигрыша от происходящих в стране реформ [4]. Полноценность культурной и социальной жизни, расширение форм свободного времени служат теми качественными параметрами, которые наиболее заметно дифференцируют жизненные стандарты классов. В частности, от культурного потенциала представителей среднего класса зависят приверженность определенным формам проведения свободного времени и выбор досуговых практик.

Для иллюстрации стиля потребления на примере досуговых практик приведем результаты эмпирического исследования, проведенного в 2015 г. в Новосибирске (N = 671) и затрагивавшего ряд значимых тем, в том числе отношение к рассматриваемым практикам. Респондентами выступили представители среднего класса (276 мужчин и 395 женщин), относящиеся к нему по уровню образования, доходу, профессиональному статусу. Репрезентативность выборки обеспечивается соблюдением половозрастной структуры взрослого населения, пропорций между численностью населения разных районов города (ошибка выборки – не более 3 %). Техника расчетов основана на пошаговой подвыборке по переменным используемых критериев. Метод опроса – анкетирование.

Анализ специфики досуговых практик представителей среднего класса показывает динамику в сторону расширения возможностей для полноценного отдыха. Досуг активно обогащается, совершенствуется, появляется много новых способов его разнообразить. Однако тип избираемого и практикуемого досуга во многом определяется тем, где именно средний класс имеет возможность его проводить – дома или вне его, внутри семьи или вне ее, практикуя пассивное потребление того, что доступно, или активное использование того, что предпочтительно.

Распределение ответов на вопрос о том, где респонденты проводили отпуск (можно было выбрать несколько вариантов), показывает, что 30,9 % мужчин и 28,9 % женщин отдыхали на своей даче, 24,3 и 23,3 % соответственно – в курортных странах (Турции, Тунисе, Египте, Индии, Китае и т. д.), 21,7 и 20,8 % – у родственников, 21,0 и 19,7 % – на Алтае, Байкале, 13,4 и 7,6 % – в Европе. Незначительное число опрошенных представителей среднего класса имели летний отдых на российских курортах (8,3 и 9,9 % соответственно), в США (примерно по 2,0 % в обеих группах), на море без путевок (по 5,0 %) и в странах СНГ (около 1,0 % в обеих группах). Несмотря на то что около трети принимавших участие в исследовании отпуск провели на даче, все же у новосибирского среднего класса имеются и другие способы отдыха. Большинство из них предполагает необходимость выхода за привычные стандартные рамки. Здесь мы видим не только активный отдых на природе Алтая и у озера Байкал, но и культурные практики в Европе, США, курортных странах.

Стоит сказать, что в исследовании среднего класса, проведенном под руководством Н.А. Тихоновой, выявлено, что качественный отдых (возможность съездить за границу, на курорт, заняться активным или экстремальным туризмом) также важен для ощущения собственного благополучия, как новый автомобиль, хорошая квартира, загородный дом. Причем значимость этого показателя возрастает именно в связи с принадлежностью к среднему классу (например его представители в первую очередь потратили бы деньги на туризм в 32 % случаев, в то время как прочие социальные слои – в 18 %, предпочитая в большей степени заняться, например, ремонтом в квартире) [5].

Можно выделить три типа досуговых практик: *простые*, *развивающие* и *активные*. Самые распространенные и не требующие никаких дополнительных затрат домашние формы проведения свободного времени (просмотр телевизора, чтение, общение с родственниками или отдых без особого напряжения) представляют собой *простой* тип досуговой активности (таблица 1). Табличные данные не проранжированы, а представлены в том виде, как они были предложены респондентам.

Таблица 1 – Распределение ответов на вопрос: «Укажите способы проведения свободного времени, которые Вы чаще всего используете (не более пяти вариантов)», %

Способ проведения досуга	Мужчины	Женщины
Чтение газет, журналов, книг	42,9	61,0
Просмотр телепередач	56,2	56,2
Общение с друзьями	54,3	57,2
Общение с родственниками	37,1	55,9
Театры, кино, концерты	25,4	35,2
Музеи, выставки	5,8	4,6
Рестораны, кафе, бары, клубы	19,6	14,9
Спорт, тренировки	29,5	15,4
Политическая деятельность	5,8	0,8
Общественная деятельность	4,4	6,3
Посещение церкви	3,3	5,8
Интернет (игры и т. д.)	32,0	39,2
Семинары, тренинги	8,4	7,1
Просто отдых без особого напряжения	39,3	39,0

Если к этим домашним досуговым практикам добавляются такие, как проведение времени за компьютером (32,0 и 39,2 % соответственно), общение с друзьями (54,3 и 57,2 %), то это обогащает свободное время среднего класса и несет в себе более выраженный *развивающий* компонент.

Интересно, что *активный* досуг как параметр стиля потребления и качества жизни начинается только при условии расширения спектра досуговых предпочтений за счет внедомашних видов культурной, развлекательной, общественной или иной деятельности. Сюда относятся посещение театров, кино, музеев, концертов, клубов, ресторанов, кафе, церкви, семинаров, тренингов, участие в общественной, политической деятельности. Безусловно, эти досуговые практики по-разному реализуются. Так, из всех перечисленных доминирует посещение театров, кино, концертов (25,4 и 35,2 % соответственно), что отражает их культурный капитал. В числе мало приоритетных досуговых практик для мужчин – посещение церкви (3,3 %), для женщин – участие в политической деятельности (0,8 %). В этом усматриваются еще и особенности гендерных практик [6; 7]. Показательно, что посещение музеев и выставок также недостаточно часто используется представителями среднего класса как способ отдыха (5,8 и 4,6 % соответственно). Вероятно, это связано с сокращением свободного времени в связи с повышением профессиональной нагрузки. Но, как полагает А.Н. Тихонова, это только повышает его ценность и влияет на стремление среднего класса сделать свой досуг как можно содержательнее.

Рассмотренные новые виды досуговых практик позволяют говорить о том, что они наиболее богаты, разнообразны и социально привлекательны, придают социальной жизни представителей среднего класса наибольшую полноту. Стоит отметить и то, что у молодых представителей среднего класса досуговые практики богаче, разнообразнее, поскольку организованы преимущественно вокруг внедомашнего досуга [8]. Возрастные представители в большей мере ориентированы на простой тип досуговой активности.

Подведем итоги. Стиль потребления и качество жизни находятся в тесной зависимости друг от друга. Первый определяет второе, создает удовлетворенность или неудовлетворенность качеством жизни. Одним из показателей стиля потребления являются досуговые практики. Их исследование у среднего класса показало, что можно выделить три стратегии: простую, развивающую и активную. Каждая из них содержит культурный капитал. Использование стратегий зависит не только от активности самого индивида, но и от его возраста. С течением времени досуговые практики упрощаются.

Ссылки:

1. Ильиных С.А. Ключевые понятия общества потребления: исследование с позиции социологии // Журнал социологии и социальной антропологии. 2011. Т. XIV, № 5. С. 29–40.
2. Бурдьё П. Начала. *Coses dites* : пер. с фр. М., 1994.
3. Истомина В.Ю. Образ жизни среднего класса в условиях модернизации российского общества : автореф. дис. ... канд. социол. наук. Волгоград, 2011.
4. Тихонова Н.Е. Городской средний класс в современной России : аналитический доклад Института социологии РАН. М., 2006.
5. Там же.
6. Ильиных С.А. Влияние гендера на картину мира : опыт социологического исследования // Социология: методология, методы, математическое моделирование : научный журнал Российской академии наук. 2009. № 28. С. 66–86.
7. Ильиных С.А. Гендерная концепция организационной культуры : автореф. дис. ... д-ра социол. наук. Новосибирск, 2009.
8. Ильиных С.А. Семейные ценности молодежи: традиции и трансформации // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2012. № 4, вып. 1 (20). С. 220–232.

References:

1. Ilyinykh, SA 2011, 'Key concepts of consumer society: a study of sociology position', *Journal of Sociology and Social Anthropology*, vol. XIV, no. 5, p. 29-40.
2. Bourdieu, P 1994, *Start. Coses dites*, Moscow.
3. Istomin, VY 2011, *Lifestyle of the middle class in the conditions of modernization of the Russian society*, PhD thesis abstract, Volgograd.
4. Tikhonova, NE 2006, *Urban middle class in modern Russia: analytical report of the Institute of Sociology*, Moscow.
5. Tikhonova, NE 2006, *Urban middle class in modern Russia: analytical report of the Institute of Sociology*, Moscow.
6. Ilyinykh, SA 2009, 'Influence of gender on the picture of the world: experience of sociological research', *Sociology: methodology, methods, mathematical modeling: the scientific journal of the Russian Academy of Sciences*, no. 28, p. 66-86.
7. Ilyinykh, SA 2009, *Gender concept of organizational culture*, D.Phil. thesis abstract, Novosibirsk.
8. Ilyinykh, SA 2012, 'Youth Family values: tradition and transformation', *Bulletin of the Tomsk State University. Philosophy. Sociology. Political science*, no. 4, is. 1 (20), p. 220-232.