

C

На правах рукописи

ИВАНОВА Ирина Николаевна

**СТИЛЬ ПОТРЕБЛЕНИЯ
КАК СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ПРОЦЕСС
И СПОСОБ ИДЕНТИФИКАЦИИ**

Специальность 22.00.06 - Социология культуры,
духовной жизни

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
доктора социологических наук



Саратов 2005

Работа выполнена в Поволжской академии государственной службы им. П.А.Столыпина и Саратовском государственном техническом университете

Официальные оппоненты:

доктор социологических наук,
профессор В. И. Ильин

доктор философских наук,
профессор В.А. Ядов

доктор социологических наук,
профессор П.С. Кузнецов

Ведущая организация

Государственный университет -
Высшая школа экономики

Защита диссертации состоится **19** мая 2005 г. в **14** часов на заседании диссертационного совета Д 212.242.03 при Саратовском государственном техническом университете по адресу: 410054, Саратов, ул. Политехническая, 77, Саратовский государственный технический университет, корп. 1, ауд. 319.

С диссертацией можно ознакомиться в читальном зале научно-технической библиотеки Саратовского государственного технического университета.

Автореферат разослан **18** марта 2005 г.

Ученый секретарь



В.В. Печенкин

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования обусловлена необходимостью теоретической рефлексии социальных явлений и процессов в ходе трансформационных изменений общества. Актуальность концептуализации и моделирования стиля потребления детерминирована процессом социокультурных изменений российской действительности и поиском способов идентификации в динамично развивающемся обществе, в изменяющихся условиях плуралистической культуры и общества массового потребления. Современные интеграционные процессы охватили различные стороны общественной жизни. Культура учитывает воздействия на человека экономических и политических структур и в условиях кризисного общества актуализирует роль человека-субъекта, активно реализующего свое право выбора.

Трансформационные изменения социальной жизни выявили ряд противоречий, рассогласованность и несоответствие между возможностями индивида и условиями их реализации, что продуцирует несоответствие между ценностными конфигурациями, личностными установками, практиками действий и внешними условиями. Наиболее остро период изменений проявляется обострением кризисного мировосприятия, дезинтеграцией институтов, утратой идентификации личности с прежними структурами, ценностями, нормами в результате замены общественных стимулов развития на культурные. Общество рисков лишь отчасти следует своему предназначению: человек утратил чувство стабильности, уверенности, обустроенности. Современное общество расширяет свободу выбора и ответственность человека, в результате дифференциации структуры и функционирования новых интегрирующих элементов увеличивает возможности жизнедеятельности, при этом нарушая согласованность человека с собой и окружающей действительностью.

Изменения требуют от человека пересмотра привычных форм жизни. Ускорение темпа и ритма жизни не оставляет возможности промедления в принятии решений. Скоротечность, всеобщая информативность и необратимость процессов заставляют индивидов больше ориентироваться на практику, где приоритетной становится ориентация на опыт настоящего. Проблемы жизненного самоопределения связаны с неоднозначностью оценок и рефлексией происходящих изменений, возможностей и условий для самосознания. Повседневная жизнь обретает свойства и качества товара, происходит увеличение набора потребностей, изменяются требования к товарам и услугам. Наряду с формирующимся виртуальным обществом основы идентичности закладываются в результате новых путей формирования сознания, которые способны делать его фрагментарным. Сама культура становится многоликой, символической и во многом виртуальной. Противоречия глобализованного мира отчетливо обозначаются в противоречии между сетью и идентичностью - одновременности создания и глобализации, и фрагментации.

Рыночные отношения из сферы экономики распространились на всю общественную жизнь. Изменение характера потребления касается его инди-

видуализации, возрастания роли символической функции и масштабов потребления нематериальных объектов. Предметами потребления становятся явления и феномены социокультурной жизни, а движущей силой отношений - неэкономические потребности индивидов. Место экономических достижений занимает качество жизни, что приводит к акцентированию культурной составляющей экономики, а стиль потребления конструирует континuum материальных и символических сторон социальных отношений. Традиционные стили жизни и модели потребления не успевают реагировать на изменения, приходят в несоответствие с постоянно меняющимися условиями и становятся неустойчивыми, оказываясь нерациональными в современном обществе. Ситуация, в которой оказывается индивид, требует энергичных и неординарных действий. Не имея гарантированных стратегий достижения благосостояния, индивиды пытаются справляться с меняющимися обстоятельствами. Как следствие, появляются новые жизненные формы, менее легитимные или нелегитимные, но как-то справляющиеся с этой ситуацией.

Современное общество определяет наличие нового габитуса как результата деятельности человека. Происходит ослабление связи между социальной структурой и стилем жизни, а жизненные ориентации становятся более открытыми и подвижными. Возникает ситуация постоянной рефлексии индивида и противоречия его со всем объективированным. Увеличивается подвижность индивидуальных ценностных систем: индивид получает возможность изменять свой социальный статус, пересматривать усвоенные представления, совершенствовать ценностные приоритеты. Общество задает рамки солидаризации, а потребность включения в социальные сети является неотъемлемым свойством индивида, который вынужден пассивно или активно самоопределяться в многообразии социального окружения и изменяющихся условиях.

Современное российское общество переживает динамичные преобразования социальных отношений и культурных практик. Интегративная по отношению к человеку и обществу роль культуры обуславливает интерес к человеку в контексте антропологического знания и нуждается в своевременной социологической рефлексии. В современном обществе сама культура потребляет человека, и возникающая в этой связи проблема стиля потребления определяется необходимостью анализа динамики изменений, трансформации стиля жизни, поведения потребителей, переоценки ценностей, потребностей и рефлексии способов идентификации в контексте процесса стилизации общественной жизни. В процессах социализации, стилизации и идентификации отношения человека и общества носят противоречивый характер. С одной стороны, требования общества регулируют поведение человека, с другой - нестабильность общественного развития <требует> активности человека по собственной идентификации, которая ретранслирует общественные регуляторы, расширяя рамки и трансформируя социальные нормы. Эта проблема особенно важна для России, где переоценка ценностей происходит с параллельно идущими социально-экономическими изменениями. Проблема концептуализации и модели-

рования стиля потребления затрагивает области социологического, антропологического, культурного, психологического и экономического дискурса. Современные процессы общества актуализируют исследовательский интерес к вопросам социального конструирования стиля потребления. Исследование представляется актуальным в свете меняющихся реалий современной жизни, так как проблема идентификации в условиях динамических изменений плюралистической культуры, общества рисков и массового потребления относится к такого рода темам социологического дискурса, значимость которых с каждым годом будет стремительно расти.

Степень разработанности проблемы. Методологические основания стиля потребления как социокультурного процесса и способа идентификации базируются на исследовании современного общества массового потребления и плюралистической культуры. Актуальность перехода к постмодернистской методологии, моделям общественного развития и дихотомической типологии локального и глобального представлена в работах зарубежных ученых: М. Арчер, У. Бек, Д. Деррида, Ф. Джеймсон, М. Кастельс, Ж.-Ф. Лиотар, Дж. Нисбит, М. Фуко, Ф. Фукуяма, Ю. Хабермас, С. Хантингтон, П. Штомпка. С позиций кризисного мировосприятия и модернизации российского общества эти проблемы анализировали: А. Ахиезер, М. Бубер, Б. Докторов, В. Иванов, И. Ильин, В. Косов, Н. Лапин, Н. Покровский, В. Федотова, В. Ядов, О. Яницкий. Но глобализация представляет собой не только изменения в движении людей и вещей, но и способ идентификации, где информационная компонента составляет суть институциональной и культурной трансформации: Дж. Александр, В. Библер, Ж. Бодрийяр, Б. Вальденфельс, Л. Ионин, Д. Крейн, Г. Терборн, М. Фээрстоун.

В историческом плане социально-философский взгляд на стиль жизни обусловлен интерпретациями образа жизни, который базировался на осознании типического в жизнедеятельности индивидов, обществ и культур. Интерес отечественных авторов привлекало изучение образа жизни как способа жизнедеятельности в контексте потребностей и поведения индивида, в рамках социологии быта и свободного времени, социально-экономических проблем семьи, уровня жизни, экономического благосостояния и потребления, развития советского образа жизни: К. Абульханова-Славская, А. Возьмитель, Л. Гордон, Т. Дридзе, Т. Заславская, А. Здравомыслов, Н. Злобин, Л. Коган, И. Левыкин, Л. Оников, Э. Орлова, Н. Римашевская, И. Рывкина, Л. Сохань, В. Тихонович. В западной науке образ жизни чаще рассматривался как синоним культуры (Н. Смелзер, П. Сорокин). К анализу стиля жизни и его конструирующем факторам обращались М. Вебер, Т. Веблен, Г. Зиммель, М. Маккоби, А. Митчелл, Д. Рисман, Д. Янкелович.

Стиль потребления базируется на идее, что предметы потребления могут служить средствами установления социального сходства и различия. Общество массового потребления и возросший символизм культуры способствуют идентификации индивида через потребление. Новые средства потребления включают ряд символов, которые составляют основу символи-

ческого порядка, используемого для символического социального контроля. Постмодернистская культура получает обрамление в виде новых средств потребления. Стиль жизни выступает критерием социальных различий, а потребление интерпретируется в контексте символов: З. Бауман, М. Бланшо, Ж. Бодрийяр, П. Бурдье, Дж. Ритцер, Б. Тернер, М. Фезэрстоун.

Стиль потребления рефлексируется культурно-образовательным капиталом, что актуализирует анализ института образования. Неоинституционализм фокусирует внимание на поведении индивидов и его результаты. Социальные практики признаются социальными институтами, которые рассматриваются опосредованно, через влияние на процесс принятия решений: Д. Гавра, С. Линденберг, Р. Патнем, Д. Норт, М. Финнемор. Образование интерпретируется с позиций классических подходов к его содержанию и развитию, изменения его функций и реализации человеческого капитала в контексте современных проблем модернизации зарубежными авторами: Г. Беккер, М. Вебер, Э. Дюркгейм, В. Келле, Дж. Коулман, К. Манхейм, Дж. Мид, М. Хайдеггер. Среди отечественных исследователей эти проблемы анализировали: Г. Балыхин, С. Барсукова, М. Баскакова, В. Бусыгин, Ю. Быченко, Н. Валицкая, А. Вейхер, Л. Веревкин, И. Дмитриев, Ю. Зеликова, И. Кременицкая, М. Максимова, В. Радаев, П. Романов, И. Харченко. В качестве условий анализа потребности в образовании рассматриваются социальные установки молодежи, и потребность в образовании обоснована результатами современных отечественных исследований: Е. Астахова, Т. Заславская, Т. Зерчанинова, Ф. Зиятдинова, Ю. Зубок, Д. Ибрагимова, З. Калугина, О. Карпухин, Д. Константиновский, В. Мануйлов, Л. Овчарова, Г. Осадчая, Ж. Тощенко, В. Чупров, Ф. Шереги, Г. Шишков.

Социокультурный процесс стилизации детерминирован пространственно-временным функционированием культуры, ценностными и информационными паттернами потребления. Смена культурных идеалов и многообразие стилей обусловлены динамикой социокультурных процессов и мобильностью культуры. Динамика социальных изменений общества быстро меняет социокультурные образцы, типы и формы поведения, и результатом такого соотнесения становится время ритмов повседневности, пространства и стилей. Взаимосвязь социокультурных факторов с временной перспективой в контексте социокультурных изменений и пространственных аспектов функционирования анализировали зарубежные исследователи: З. Бауман, П. Бурдье, Э. Гуссерль, Р. Мертон, П. Сорокин, М. Хайдеггер, П. Штомпка, Н. Элиас. Проблематика пространства и времени социальных изменений исследуется отечественными авторами: А. Ахиезер, О. Ежов, В. Печенкин, Л. Яковлев, В. Ярская.

Ценностные паттерны потребления представлены в реальном и символическом аспектах (Дж. Фейблман). Для анализа стиля потребления актуальными представляются структура и динамика ценностей, взаимосвязь с потребностями и потреблением, обусловленные социальными и индивидуальными интересами. Ценностные аспекты социокультурных процессов, рефлексивный и оценочный характер ценностей, а также анализ динамики

ценностных систем представлены в работах зарубежных (Г. Беккер, Р. Инглхарт, Дж. Нэсбитт, М. Рокич, П. Сорокин, П. Эбурдин), а также отечественных авторов: А. Борзых, В. Гаврилюк, А. Гордиенко, Н. Лапин, Д. Леонтьев, Г. Макарова, Н. Трикоз, Ю. Школенко, В. Ядов.

На изменение форм интеракций в современном обществе оказывает влияние информационное сообщество. Многообразные виды информационного ресурса, которые в индустриальном обществе не были связаны с потребностями, выступают в роли информатора, показателя жизненного мира, факторами формирования культурных форм и детерминантами стилей потребления. Информационный ресурс потребления представлен в контексте влияния рекламы, знаковых образов и феномена моды: Ж. Бодрийяр, Э. Дюркгейм, Г. Зиммель, Г. Тард, Е. Уилсон, У. Уэллс. В отечественном дискурсе данные проблемы анализировали: А. Гофман, С. Гребениченко, Д. Иванов, В. Ильин, С. Исаев, И. Крылов, Т. Мурза, Н. Чаган.

Исследование стиля потребления как способа идентификации обусловлено анализом действия и социального взаимодействия, поведения потребителей, социальной стратификации и практиками повседневности. Изучение интересов потребителей традиционно проводилось в рамках маркетинговых исследований: Ф. Котлер, Ж.-Ж. Ламбен, У. Стенсон. Современный взгляд на маркетинг позволяет говорить о нем как о социальном явлении, функции которого не сводятся к обеспечению экономической эффективности деятельности организации, а состоят в признании ключевой роли процессов обмена в ходе удовлетворения спроса на предметы потребления. Современный маркетинг может интерпретироваться как деятельность, направленная на оптимизацию обменных процессов в обществе на основании определения социальной сущности маркетинга с позиции теории обмена: П. Блаа', К. Леви-Строс, Д. Хоманс.

Социальное взаимодействие и теории потребительского поведения, описывающие множество моделей поведения, представлены в контексте экономических интересов: В. Автономов, А. Олейник, О. Уильямсон, А. Шаститко. **Ситуация**, в которой оказывается индивид, требует энергичных и неординарных действий для его самосохранения, идентификации и адаптации (В. Казначеев, П. Кузнецов, К. Линч). Социальные практики являются отражением различий в процессах индивидуальной интерпретации окружающего мира и рефлексии социальных условий. Обоснование индивидуальных различий базируется на устойчивых мотивационных доминантах и когнитивных схемах, направляющих интерпретацию, формулирование планов и целей. Подобные проблемы в рамках теории личности разрабатывали зарубежные (Дж. Келли, Дж. Кильстрем, З. Фрейд) и отечественные исследователи (Л. Климов, А. Столяренко, Л. Тавено).

В современном обществе происходит качественный сдвиг в восприятии человеком социального пространства (В. Ядов), и интерпретация действительности касается способов ее постижения, объяснения и конструирования знания о ней. Социологический срез проблемы идентификации через

потребление связан с изучением социокультурных детерминант формирования поведения и групповых солидарностей: П. Бергер, Э. Гуссерль, Э. Дюркгейм, Э. Кассирер, Т. Лукман, Дж. Мид, М. Шелер, А. Шопенгаэр, А. Шюц. Идентификация испытывает воздействия со стороны изменчивых социальных взаимосвязей, функционирования институтов, плюрализма культуры и идеологий, противоборства корпоративных интересов. Современные механизмы формирования социальной идентичности и структур идентификационных предпочтений анализируются в работах Г. Андреевой, З. Баумана, Е. Вознесенской, Л. Гордона, Е. Даниловой, Л. Ионина, М. Касельса, Ю. Левады, Г. Чередниченко.

Исследования поведения индивидов в сфере потребления носят характер конкретной отрасли знания: А. Лебедев, А. Боковиков, С. Малахов, Л. Рябинский. Социологический анализ определяет предмет изучения поведения потребителя как поведение социальных общностей в процессе потребления (В. Ильин). Потребитель использует товары как символы, чтобы устанавливать и поддерживать аспекты своей идентичности, и согласно принципу активности восприятия индивид создает собственную структуру ситуации. Проблемы поведения потребителей анализировали в своих работах И. Алешина, Р. Блэкэлл, Д. Гребениченко, С. Исаев, И. Левыкин, П. Миниард, Д. Энджея.

Стиль потребления анализируется в разрезе пространственно-временного функционирования организованного социального организма (Р. Фирт), обусловлен взаимосвязью индивидуальных и общественных изменений (А. Богнер, П. Штомпка, Н. Элиас) и активной позицией субъектов взаимодействия (П. Бурдье). Социальные структуры задаются человеческими действиями и отношениями, а устойчивость структур обусловлена их повторяемостью во времени-пространстве, где социальная структура представляет собой организованные регулярные социальные практики, правила и ресурсы (Э. Гидденс). В динамически развивающихся обществах новая структура находится в стадии становления. Стратификация современного российского общества привлекает исследовательский интерес З. Голсновой, А. Дмитриева, Т. Заславской, В. Ильина, В. Радаева, Р. РЫБКИНОЙ, Н. ТИХОНОВОЙ, О. Шкаратана. В терминах социального расслоения сфера культуры как конституирующий фактор социальных различий указывает на взаимосвязь статуса и образования. Данные проблемы анализируют: П. Борисенкова, Ю. Голиусова, Я. Дыдковская, Г. Ивахненко, Д. Константиновский, О. Крухмалева, Г. Осадчая, Т. Пузанова, В. Ярская.

При отсутствии абсолютных и всеобщих схем, объясняющих общие принципы функционирования социальной структуры, актуальность приобретает анализ социоструктурных изменений повседневной деятельности. Взаимосвязь стиля потребления и социальной структуры обусловлена стратификацией, которая создается как результат действия рынка и **является** типичной для современного нестабильного общества. Проблемы стратификации как результата рыночных отношений, дифференцирующую роль экономических и культурных факторов анализируют М. Абалафия, С. Барсукова, С. Голод,

Т. Пиирайнен, Т. Протасенко, Н. Русинова, Е. Турунцева, Б. Фирсов, Н. Флигстин, С. Шишкин. Социальные изменения создали для индивидов нестабильные условия существования, что вынуждает их постоянно прибегать к поиску необходимых для жизнедеятельности новых стратегий поведения. Стиль потребления функционирует в повседневности как пространство сферы действия: П. Бурдье, Б. Вальденфельс, О. Марковцева, А. Филиппов, М. Шубина, Ю. Хабермас. Стиль потребления рассматривается как индивидуальный и социальный стиль с позиции обретения жизненным стилем черт объективности в современной культуре (Л. Ионин) и наделения функцией основной стратегии потребителя в современном обществе (Дж. Ритцер).

Таким образом, отечественной и зарубежной социальной мыслью накоплен значительный опыт исследования современных процессов и явлений общественной жизни, повседневных практик, закономерностей их организации и функционирования, влияния различных факторов на поведение потребителей и стили жизни. Однако при обилии научных трудов и публикаций остаются невыясненными взаимосвязи и взаимовлияния стиля жизни и поведения потребителей как значимых детерминант социокультурного процесса стилизации современной жизни и способа идентификации в динамично развивающемся обществе массового потребления и плоралистической культуры. В ходе трансформации культуры и духовной жизни изменяются образцы взаимодействий, модифицируются способы идентификаций. В нестабильном социокультурном контексте подвергаются переопределению стиль жизни и поведение потребителей. В процессе социализации, стилизации и идентификации отношения человека и общества носят противоречивый характер. Поэтому концептуализация и моделирование стиля потребления как процесса стилизации и способа идентификации в нестабильном обществе представляются актуальными в свете меняющихся реалий современной жизни.

Целью диссертационной работы является концептуализация и моделирование стиля потребления как социального процесса и способа идентификации в современном обществе.

Реализация поставленной цели предполагает последовательное решение следующих задач:

- выявить методологические основания и теоретические подходы к исследованию стиля потребления, взаимосвязи и взаимовлияния стиля и потребления в современном обществе; презентировать особенности и влияния пространственно-временного функционирования культуры на процесс потребления;
- проанализировать культурные паттерны и особенности процесса стилизации; определить ценностные аспекты стиля потребления как социокультурного процесса; исследовать информационный ресурс потребления, влияющий на процесс стилизации;
- выявить особенности стиля потребления как способа идентификации посредством дифференциации социального действия и социального взаим-

модействия в сфере потребления; исследовать практики интеракций в сфере потребления;

- исследовать стратификационный конструкт стиля потребления, взаимосвязь стиля потребления с социальной структурой общества; провести анализ взаимосвязи материального положения, социального статуса и образования;
- осуществить анализ оснований стратегии и тактики деятельности в сфере потребления, выявить специфику реализации практик потребления на примере системы образования;
- проанализировать социальные функции образования и воспитания в контексте социального потенциала и человеческого капитала; исследовать потребности в получении образования и особенности потребления образовательных услуг;
- осуществить презентацию доминирующих стилевых аттитюдов в сфере потребления; взаимосвязи стиля жизни, ценностей и поведения потребителей в контексте рефлексии стиля потребления как способа идентификации и практики повседневности.

Методологические основания диссертации обеспечивают интеграцию существующих фундаментальных и прикладных исследований в методологию системного плюрализма, в основу которойложен принцип дифференциальной социологии (Ж. Гурвич) - использование разных подходов, способных взаимодополнять и обогащать интерпретации, и полипарадигмальный подход Дж. Ритцера, который раскрывается в плоскости господствующих в социологии парадигм: социальных фактов, социального определения и социального поведения. Исследование докторанта построено на теоретических принципах, содержащихся в работах классиков социологии, современных зарубежных и отечественных авторов.

Конструктом парадигмы социальных фактов выступает структурный функционализм, который, при объяснении социальных явлений, выделяет исследуемые элементы социального взаимодействия и определяет их функции в общественной системе (Дж. Александер, Р. Мerton, Т. Парсонс). Парадигма социального определения транслируется в плоскости проблемы взаимосвязи свободы и детерминизма социального действия в интерпретативных теориях. Для концептуализации стиля потребления смысловым наполнением парадигмы социального определения выступают теории действия (М. Вебер, Г. Зиммель), символический интеракционизм (Г. Блумер, Ч. Кули) феноменология (П. Бергер, Т. Лукман, А. Шюц), этнometодология (Г. Гарфинкель) и экзистенциализм (М. Хайдеггер). Несомненная позитивность теории обмена парадигмы социального поведения (П. Блау, Д. Хоманс), которая приобретает особую значимость в континууме социального взаимодействия стиля потребления на основе включения в его семантическое пространство нетрадиционных предметов потребления.

Использование основных социологических парадигм для концептуализации и моделирования стиля потребления является необходимым, но не

достаточным условием. Консолидирующие основания концептуализации стиля потребления в условиях динамически развивающегося общества атрибутируют к деятельностно-активистскому подходу (В. Ядов), который учитывает социальные изменения и динамику современных социокультурных процессов. Деятельностно-активистский подход как методологическая основа стиля потребления рассматривает возможности социальных структур: Э. Гайденс; социокультурные изменения: Д. Крейн, Дж. Томпсон, Дж. Фейблман; актуализирует позиции человеческого капитала: Г. Беккер, П. Бурдье и конфигурации социокультурных полей интеракций: Б. Вальденфельс, а также фиксирует функциональные возможности нового институционализма: Д. Норт, Р. Патнем, М. Финнемор, согласно которому повседневные практики и есть социальные институты. Концептуализация и эмпирическая операционализация основных понятий, процедура сбора данных разрабатываются в соответствии с принципами социологического исследования, содержащимися в работах Г. Батыгина, А. Гаврилова, И. Девятко, Т. Дридзе, Т. Заславской, С. Климовой, Н. Лапина, И. Левыкина, В. Ядова.

Объект исследования - социокультурные факторы и механизм конструирования стиля потребления, взаимодействие в сфере потребления как процесс. Предмет исследования - тенденции стилизации общественной жизни в контексте социальных изменений и социальной идентификации. Эмпирическую базу диссертационной работы составляют данные серии исследований, разработанных и проведенных автором (2001-2003 гг.), а также социологические исследования отечественных и зарубежных авторов, опрос выпускников школ и их родителей по квотной выборке «Потребность в высшем образовании» (550 чел.) и полуструктурированное интервью (10 чел.); исследование методом написания эссе «Семантическая рефлексия понятий «стиль» и «потребность/потребление»» (153 чел.) среди студентов шести саратовских вузов; анкетный опрос по квотной выборке «Стиль потребления образовательных услуг» (863 чел.) и полуструктурированное интервью (20 чел.). В качестве исследовательского инструментария использовались количественные и качественные методы сбора информации. При обработке эмпирических данных использовался пакет программ SPSS for Windows.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в постановке, обосновании и решении задач концептуализации и моделирования стиля потребления в современном обществе. Новизна работы представлена в следующих позициях:

- осуществлен авторский анализ современной социокультурной реальности как динамически развивающегося общества массового потребления и плюралистической культуры; обосновано включение фактора культурного многообразия в исследование смыслового конституирования социальных процессов и идентификации; по-новому выявлены детерминанты институциональных и культурных изменений; продемонстрирована сущность специфически-ролевого поведения в сфере потребления;

- осуществлен собственный методологический анализ потребления и по-новому представлена интерпретация базовых характеристик, потребления как интегрального аспекта социальной жизни; произведено разграничение потребности-проекции и потребности-нужды; выявлены особенности процесса стилизации в наличии стилемобразующих факторов и интеграции процессов социализации и идентификации;
- произведен в авторской интерпретации функциональный анализ образования как детерминанты культурно-образовательного капитала; выявлены особенности потребности в образовании и потребления образования образовательных услуг, по-новому проанализирован и представлен механизм перехода к вариативному образованию;
- раскрыто концептуальное разграничение понятий социального потенциала, социального и человеческого капиталов; по-новому представлен анализ образования и воспитания в контексте человеческого капитала; выявлены этапы становления жизненных ориентаций в контексте воспроизведения общественной жизни - психологический, стандартный, ценностный; произведено концептуальное разграничение социальной нормы и нормативности образца в сфере потребления;
- по-новому обоснована возрастающая роль непрерывного образования, доминантность дополнительного образования как прогностически ориентированной потребности; обоснованы факторы направленной деятельности - временной параметр, пространственная непрерывность и организационная форма образования, включающие потребителя в систему непрерывного образования;
- с авторских позиций произведен концептуальный анализ пространства потребления в ракурсе синтеза социального и жизненного пространств; определены уровни и поля синтеза стилизации; взаимосвязи процессов социализации, стилизации и идентификации;
- впервые представлены культурные основания процесса стилизации, обусловленные социально-индивидуальной осью функционирования культуры; проведено исследование семантических полей стиля потребления; определены субъекты функционирования и выявлены их особенности (деятельностный и результативно-ценостный параметры); определен механизм процессуальности социализации, стилизации и идентификации на основе выделения ценностей-идеалов, ценностей-стандартов и обоснования инверсии процессуальных модусов культур;
- проанализирована взаимосвязь ценностей, интересов и потребностей и представлен ценностный аспект процесса потребления; выявлена особенность интеракций в сфере потребления, сформулировано положение их зависимости от развития экономики и культуры;
- раскрыты новые особенности информационного ресурса потребления, сферы и результатов его регулирования; с авторских позиций раскрыты особенности социального взаимодействия в сфере потребления (иррациональные интеракции как свобода самовыражения многообразия); произ-

веден синтез инструментальной и ценностной рациональности, выявлены уровни иррациональности: социальный, интерактивный, индивидуальный;

• обоснованы регулирование и фоновый характер повседневных практик как подвижность смысловых интеракций; определены параметры свободы и групповой солидарности; определен иррационально- и ценностно-ориентированный тип интеракций и его критерии; раскрыты новые взаимосвязи стиля потребления и социальной структуры общества; произведен анализ конституирующего фактора социальных различий; определено социальное пространство жизненных стилей, роль стиля потребления как единицы социальной структуры, стратификационный признак и критерий социальных различий;

• произведено исследование стиля потребления образовательных услуг как практик повседневности; выявлены социокультурные детерминанты жизненного мира как ценности, потребности и стиль жизни; представлены функциональная целостность, стилевая характеристика и признаки стиля потребления (первичный и вторичный); выявлены индикаторы стиля потребления в социуме как стилевой символической системе.

Результаты диссертационного исследования автор формулирует как **научные положения, выносимые на защиту:**

1. Среди социальных противоречий современного общества все отчетливее проявляются противоречия, вызванные рассогласованностью и несоответствием между ценностными ориентациями, установками, практиками действий и человеческим капиталом, с одной стороны, и институциональными и культурными трансформациями динамично развивающихся обществ, с другой. Противоречия наиболее четко проявляются в стилях потребления. В сфере потребления рассогласованность выражается в столкновении мнений и позиций индивидов в процессе взаимодействия, перехода потенциального в актуальное и превращения мотивационных сил личности во внешнюю реальность. При этом приходится учитывать противоречия, связанные с различного рода внешними социальными катаклизмами. Стиль потребления представляет собой подвижный способ идентификации и социокультурный процесс стилизации. Анализ стиля потребления учитывает одновременно трансформацию институциональных и становление неинституциональных форм интеракций субъектов взаимодействия; сопутствующий им характер легитимации, соответствующий особенностям социокультурной ситуации в конкретных пространственно-временных условиях.

2. Стиль потребления существует как социокультурное явление, объективированное в общественной стилевой структуре. Суть стиля потребления - в динамике факторов стилеобразования и подвижности идентичности. Стилеобразующими факторами являются функционирующие феномены культуры (процесс стилизации) и культурно-образовательный капитал (способ идентификации). Признаками стиля потребления выступают: рефлексия социального на индивидуальном уровне принятия решений; бытийная сторона жизнедеятельности и содержательная структура целей и средств деятельности; логика рефлексии в контексте человеческого капитала; взаимо-

связь содержания и формы; целостность социокультурного процесса и способа идентификации в виде личностно-социального стиля на основе социально-индивидуальной оси функционирования культуры в пространственно-временном контексте. Признаки стиля потребления исполняют роль символов идентичности, а социум, в котором существует дифференциация этих признаков, является стилевой символической системой.

3. Технологические и ценностные индикаторы культуры способствуют выработке модели стиля потребления. Специфически-ролевое поведение выступает основой стиля потребления. Стилевое многообразие отражает существование возрастающей социальной дифференциации по экономическому признаку, а общество характеризуется синтезом подвижных стилей без отчетливого поддержания статусных иерархических различий, которые становятся условными, фрагментарными, подвижными и рассеянными. Культура общества массового потребления проявляется в контексте все большего социального расслоения общества на богатых и бедных, в котором конкуренция за доступ к социальным и культурным ресурсам способствует плюрализму культурных значений и идентификации, которые все меньше регулируются социальной системой. В результате этого стиль потребления закрепляет экономическое неравенство и дифференциацию и одновременно способствует размыванию границ статусных иерархических различий. Взаимообусловленность экономики и культуры определяет характер интеракций в сфере потребления и проявляется в виде закономерности: развитие плюралистической культуры и стилей адекватно степени развития потребления и уровню согласованности потребностей, интересов и ценностей индивида и общества. В нестабильном обществе социальность уступает место стилю как подвижной идентификации и выбранной индивидуальности интеракций.

4. Процесс стилизации является трансформационно-репродуктивным процессом, обусловлен пространственно-временным функционированием культуры, ценностными и информационными ресурсами потребления, доступными индивидам в условиях возрастающих горизонтальных социальных различий. Динамическая составляющая стиля потребления обуславливает трансформации, производство и воспроизведение множества жизненных стилей индивидов. Процесс стилизации является интегрированным процессом, который в значительной степени обусловлен процессами социализации и идентификации личности и имеет связующий, базисный характер, функционируя на всех уровнях социальной реальности. Стиль потребления конструирует подвижно организованное пространство потребления в форме синтеза социального и жизненного пространств, он также обусловлен культурным пространством, локализованным на пересечении социального и индивидуального полей реальности. Взаимодействие полей воплощается в процессах социализации, стилизации и идентификации индивида на оси функционирования культуры, выражающей социальную и индивидуальную направленность процессов.

5. Одним из факторов образования стиля потребления выступает модально-сбалансированный набор функций и феноменов культуры. Аксиологи-

ческий аспект стиля потребления обусловлен динамикой и подвижностью потребностей, интересов и ценностей индивида и социума. Ценности-идеалы, проявляясь в процессе стилизации и устанавливая прогностическую цель, проходят период когерентности с ценностями-стандартами в процессе социализации и способствуют определению жизненной формы (идентификация). Функциональная сбалансированность процессов социализации, стилизации и идентификации обусловлена инверсией процессуальных феноменов культуры и культурно-образовательным капиталом. Взаимосвязь традиционных и постмодернистских ценностей с потребностями, а также согласованность их между индивидом и обществом определяют интегральную оценочную особенность стиля потребления. Оценка, являясь основанием для выбора альтернатив в практиках потребления, способствует нормированию жизнедеятельности и интеракций индивидов в повседневной жизни посредством ценностных конфигураций как регулятора стиля потребления. Нормирование ценностных конфигураций обусловлено стилизованным континуумом потребления: ценность конструируется посредством смыслов, и потребление приобретает характер процессуальной дезактуализации символических потребностей.

6. Информационные потоки, регулируя интересы и критерии в отношении количества и качества потребления, способствуют выработке моделей идентификации через потребление. Информационный ресурс стиля потребления отражает две направленности процесса: изменение и многообразие образцов потребления и стандартизацию мотива престижа и уподобления. Он приобретает возможность нормирования, поскольку обладает властью, позволяющей детерминировать и регулировать интеракции в сфере потребления, не являясь вместе с тем нормой поведения в качестве образца социального действия. На основе стилевой дифференциации рефлексия нормы латентна и лабильна, влияет на особенности формирования модели и выбора потребителя и взаимообусловлена стилем потребления. Потребление, являясь интегральным аспектом современной жизни, способствует индивидуализации потребления, способу самовыражения и обретения идентичности. Предмет потребления как потребность-нужда меняется на символический предмет потребления как потребность-проекцию, что способствует виртуализации и подвижности идентификации.

7. Стиль потребления выступает способом идентификации через сферу потребления. В стиле потребления воплощается и возрастает возможность разнообразия личностных проявлений и сохраняется индивидуальная приверженность группе, что создает основу для появления новых моделей интеракций. Взаимодействие индивидов и стилей потребления использует критерий новой рациональности - иррациональность, основанную на индивидуально-личностной системе ценностных конфигураций как свободе самовыражения многообразия. В социальном взаимодействии в сфере потребления выделяется индивидуальная, интерактивная и социальная иррациональность. Символически воспринимаемые, виртуальные образцы потребления обуславливают ценностную маргинализацию субъектов взаимодействия. Идентификация через

потребление носит культурный характер, и стиль потребления констатирует внутривидовую дифференциацию, ведущую к стиранию граней обобщенных поляризованных типов поведения потребителей и стилей жизни. Синтез инструментальной и ценностной составляющей в модели поведения определяет иррационально- и ценностно-ориентированный тип интеракций в стиле потребления. Иррационально- и ценностно-ориентированный тип взаимодействия стиля потребления предусматривает особый способ постановки задачи, целеполагания, характер притязаний и жизненных приоритетов, способ достижения поставленных целей и выбор адекватных средств.

8. Регулирование повседневных интеракций индивидов в значительной степени зависит от сформированных личностью мотивационных установок. На их фоне в ситуации выбора в сфере потребления и наличия рисков при принятии решения приоритетным становится выбор субъективно оцениваемого правильного действия на основе соотнесения объективных и субъективных факторов в контексте возрастания разнообразия личностных проявлений и сохранения приверженности группе. Повседневные практики приобретают феноменальный характер, интерпретируемый как подвижность смыслового взаимодействия в процессе дезактуализации потребностей. Стиль потребления позиционирует изменение стилевого контекста социальных практик, сопровождающееся появлением соответствующих идентичностей. Когнитивным основанием групповых взаимодействий становится нормированность отношений, индивидуальные цели, средства их достижения и используемая информация, а группа начинает представлять собой сообщество рассеянных интересов на основании разноглановости целей и единства средств их достижения.

9. Актуализация сферы потребления, подвижность идентификации и индивидуализация выбора интеракций в сфере потребления способствуют ослаблению связи между социальной структурой и стилем потребления. Стратификация в обществе массового потребления как результат действия рынка, наряду с экономическим капиталом и социальным происхождением апеллирует к сфере культуры, и стиль потребления определяется как конституирующий фактор дискурса социальных различий. Социальное пространство фиксируется как пространство стилей потребления, где роль единицы социальной структуры начинает играть стиль потребления. Жизненное пространство стилей потребления становится результатом социальной стратификации и может ограничить свободу индивида, а стиль потребления функционирует в качестве критерия социальных различий и стратификационного признака. Конфигурация структурной организации, основанная на горизонтальном членении, конституирует стиль потребления конструктом интерпретации неравенства через различие стилевых позиций и диспозиций индивидов.

10. Стиль потребления детерминируется стилем жизни и поведением потребителей. Личностные стратегии, базирующиеся на получении образования, синтезируют новые формы жизни, ставшие доступными в связи с рыночными реформами в экономике и либерально-демократическими изменениями в обществе. Актуализация потребности индивидов в образова-

нии, трансформация типичных форм поведения и сопутствующий им характер легитимации предполагают адаптацию социальной среды к растущим образовательным и социокультурным потребностям индивидов. Образовательная потребность рынка труда заключается в переносе акцентов с квалификации на компетентность рабочей силы, что способствует акцентированию внимания на развитии человеческого капитала как системы социально-ориентированных личностных установок. Система диспозиций индивидов становится результатом взаимодействия стилей потребления, обусловливая ценностную маргинализацию и дифференциацию индивидов и социума и подвижность идентичности в современном обществе.

11. Культурно-образовательный капитал позиционирует систему непрерывного образования как равнозначную системе базового профессионального образования. Потребность индивидов в повышении квалификации связана с осмыслением всевозможных - вертикальных и горизонтальных - связей с другими производственными и непроизводственными сферами. Актуальность приобретают навыки и умения, которые косвенно влияют на уровень профессионального мастерства. Обеспечить подготовку специалиста нового типа и актуализировать его потребность в самосовершенствовании в соответствии с требованиями обновления производства и потребностями самих специалистов способно гибко и оперативно реагирующее профессиональное образование. Дополнительное образование рассматривается в контексте прогностически направленной деятельности по актуализации потребностей в образовании и компетентности, включая потребителя в систему непрерывного образования. Факторами деятельности по соотношению возможностей выбора в сфере образования и нестандартности условий их реализации на протяжении жизненного пути являются временной параметр, пространственная непрерывность и организационная форма образования.

Достоверность и обоснованность результатов исследования определяются непротиворечивыми теоретическими положениями, комплексным использованием теоретических и эмпирических социологических методов, корректным применением положений социологии культуры и духовной жизни. Результаты и интерпретации исследования автора сопоставлены с известными исследовательскими данными зарубежных и отечественных учёных по проблемам социологии культуры, духовной жизни и потребления.

Теоретическая и практическая значимость диссертационного исследования определяется объективной необходимостью интерпретации, рефлексии и анализа социально значимых параметров стиля потребления как социокультурного процесса и способа идентификации в современном обществе. Разработанная автором концепция стиля потребления способствует более глубокому интегральному пониманию социологии культуры, духовной жизни, потребления, структуры социальной дифференциации, позволяет сформировать мультидисциплинарное понимание природы и механизмов идентификации, углубить теоретические представления социологии повседневности. Проведенное автором исследование вносит существенный вклад в интеграцию

отраслей современного социологического знания, создает основы для развития самостоятельного, нового теоретического и прикладного направления - социологии стиля. Исследование обладает консолидирующими потенциалом в контексте интеграции социологического, философского, психологического, экономического и культурологического знания для решения проблем интерпретации социальных процессов и способов идентификации в нестабильных условиях развития современного общества. Работа над диссертацией осуществлялась в процессе выполнения научно-прикладных проектов при поддержке гранта фонда Спенсера. Полученные результаты вносят существенный вклад в развитие отечественной и международной интеграции в академической среде, способствуют обмену и освоению исследовательского опыта, репрезентируют вклад отечественной науки в развитие социального знания.

Материалы исследования могут быть использованы для совершенствования образовательных программ по повышению квалификации специалистов социальной сферы в области философии, психологии, культурологии, социологии, экономической социологии, предоставляя новые возможности разработки, методологической рефлексии и углубления содержания учебных курсов. Научные результаты, полученные автором, привлекаются при изучении социологии, социологии духовной жизни, социальной антропологии, социальной политики, социальной работы студентами факультета управления социальными системами Саратовского государственного технического университета, Саратовского филиала Российского государственного гуманитарного университета.

Апробация работы. Основные положения, выводы и рекомендации, содержащиеся в диссертации, докладывались на заседаниях кафедр философии, социологии и социальной политики Поволжской государственной академии государственной службы; кафедры социальной антропологии и социальной работы Саратовского государственного технического университета (2002-2004 гг.); в Центре социологического образования ИС РАН (Москва, 2002); на факультете повышения квалификации преподавателей СГТУ (Саратов, 2002), факультете социальной работы Гетеборгского университета (Швеция, 2003); на конгрессах, симпозиумах, научных семинарах, конференциях, круглых столах, международных, российских, межрегиональных, межвузовских научных конференциях по социологии, философии, культурологии, психологии и экономике: II Всероссийском социологическом конгрессе «Российское общество и социология в XXI веке: социальные вызовы и альтернативы» (Москва, 2003); IV международном социальном конгрессе «Социальные процессы и социальные отношения в современной России» (Москва, 2004); Человек в социокультурном мире (Саратов, 1998); Культура. Власть. Идентичность. Новые подходы в социальных науках (Саратов, 1999); Пространство личности на пороге XXI века (Саратов, 2000); Социологические, этнолингвистические и лингвистические проблемы современности (Рыбинск, 2001); Возникновение и формирование ситуационной концепции социокультурной динамики (ИС РАН, М., 2002); Образование и права человека (Воронеж, 2002); Проблемы

мы мультикультурного общества (ИС РАН, М., 2002); Современное общество: интеллектуальные ресурсы провинции (Саратов, 2002); Образование как фактор социальной дифференциации и мобильности (ИС РАН, М., 2002); Интеграционные процессы в современном обществе (Саратов, 2002); Экономическая психология: актуальные теоретические и прикладные проблемы (Иркутск, 2002); Актуальные проблемы социального и производственного менеджмента (Саратов, 2002); Современная этика: российская реальность и прогнозы (Казань, 2002); Новые подходы к исследованию общества и преподаванию социологии (Саратов, 2003); Становление информационного общества в России: философские, политические и социокультурные проблемы (Москва, 2003); Жизненный мир человека: свобода, ценности, творчество (Саратов, 2003); Современный город: социокультурные и экономические перспективы (Саратов, 2003); Перспективы развития современного общества (Казань, 2003); Особенности демографического поведения населения в современных условиях (Саратов, 2003); Социокультурные и психолого-педагогические аспекты адаптации и социализации человека (Волгоград, 2004); Развитие в области инфраструктуры содействия в трудоустройстве и занятости молодежи (Саратов, 2004); Проблемы XXI века: культура поведения молодежи. Роль общества в воспитании молодежи (СПб, 2004); Наука в современном мире: глобальное и локальное (Саратов, 2004); Векторы развития современной России (М, 2004); Управление качеством образования, продукции и окружающей среды (Бийск, 2004); Культурология в контексте гуманистического мышления (Саранск, 2004); Современные коммуникативные практики (Саратов, 2004); Управление социальными, экономическими и политическими процессами в российских регионах (Екатеринбург, 2004); Образование, наука и общество: траектории взаимодействия (Европейский университет в Санкт-Петербурге, Новосибирск, 2004 - при поддержке фонда Спенсеров); Социологическое образование в России: инновации, технологии и качество (СГУ, 2004); Российское общество и вызовы глобализации (М, 2004).

Публикации. По теме диссертации автором опубликовано 50 печатных работ общим объемом 86 п.л., из них четыре авторских монографии, пять статей в центральных периодических изданиях.

Структура диссертации включает введение, четыре главы (восемнадцать параграфов), заключение, список используемой литературы, приложение.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность темы исследования, анализируется степень ее разработанности в современной социальной науке, определяются объект, предмет, цель, задачи, достоверность и обоснованность, методологическая основа исследования, раскрывается научная новизна диссертации, ее теоретическая и практическая значимость, формулируются положения, выносимые на защиту.

В первой главе «Методологические аспекты конструирования стиля потребления» обосновывается необходимость выявления базовых концептов, определяющих особенности социологической аналитики и методологических принципов исследования стиля потребления, рассмотрена социокультурная реальность постмодерна, обоснована применимость полипарадигмального подхода к исследованию в контексте социальных изменений, определены социологические рефлексии значимых детерминант стиля потребления в современном обществе.

Рефлексируя смену модернистского европоцентризма глобальным по-лицентризмом, автор полагает, что среди социальных противоречий современного общества все отчетливее проявляются противоречия, вызванные рассогласованностью и несоответствием между ценностными ориентациями, установками, практиками действий и человеческим капиталом, с одной стороны, и институциональными и культурными трансформациями динамично развивающихся обществ, с другой.. В контексте трансформации российского общества и социокультурного кризиса, теорий развития и изменения (У. Бек, Н. Лапин, Н. Покровский, П. Штомпка), смены в общественном сознании расколдованного мира на новое заколдовывание мира автор убедительно инициирует приоритетность предметного, функционального и институционального подходов к исследованию: возросший символизм культуры конфигурирует рефлексию культурных феноменов как символических форм в структурированных социальных контекстах.

Анализируя различные представления о феномене глобализации, который считается, в первую очередь, продуктом всемирного экономического рынка, автор полагает, что глобализируемый мир фиксирует не только изменения в движении людей и вещей, но и в способах идентификации. В данном контексте с позиций М. Арчера под глобализацией в общем смысле понимается процесс, который приводит к всеобъемлющему, всемирному связыванию структур, институтов и культур. Вслед за М. Кастельсом идентичность определяется автором как процесс, при котором социальный актор распознает себя и конструирует свое сознание исключительно на основе данного культурного атрибута или сети атрибутов, чтобы обрести более широкую отнесенность к остальным социальным структурам.

Основываясь на позиции Л.Ионина о замене социальных стимулов общественного развития на культурные, автор полагает, что новые формы жизни интерпретируются как процесс и подвижный способ идентификации в условиях социокультурных изменений как культурном многообразии современного общества. Включение фактора культурного многообразия в анализ процесса и способа идентификации обусловлено установкой: явления культуры не даны в непосредственном восприятии и латентно представлены в социальных формах взаимодействия.

Выработку методологии исследования автор рассматривает с позиции Дж. Ритцера о трех господствующих в социологии парадигмах: социальных фактов, социального определения и социального поведения. В работе представлены различные подходы и степень их применимости к исследованию

стиля потребления. Конструктом парадигмы социальных фактов выступает структурный функционализм, который при объяснении социальных явлений выделяет исследуемые элементы социального взаимодействия и определяет их функции в общественной системе. Парадигму социального определения автор рассматривает в плоскости проблемы взаимосвязи свободы и детерминизма социального действия в интерпретативных теориях. Автор показывает, что для концептуализации стиля потребления смысловым наполнением парадигмы социального определения выступают теории действия, символический интеракционизм, феноменология, этнотеория и экзистенциализм. В парадигме социального поведения автор доказывает актуальность применения теории обмена, которая приобретает особую актуальность при рассмотрении социального взаимодействия в сфере потребления на основе включения в семантическое пространство потребления нетрадиционных предметов потребления.

Автор показывает, что консолидирующие основания концептуализации стиля потребления в условиях динамически развивающегося общества атрибутируют к деятельностно-активистскому подходу (В. Ядов). Диссертант доказывает применимость данного подхода через возможности социальных структур, актуализацию человеческого капитала в контексте социокультурных изменений и конфигураций социокультурных полей социального взаимодействия, а также фиксацию функциональных возможностей нового институционализма, согласно которому повседневные практики и есть социальные институты.

Останавливаясь на тенденции синтеза объективистского и субъективистского взглядов на социальную действительность (В. Ильин), автор в бурдьевской перспективе конституирует социальное пространство как диалектику пространства позиций и диспозиций индивидов, их положения и практик. Диссертант полагает, что в динамично развивающемся обществе плюралистической культуры и массового потребления средства преодоления дихотомии социального пространства раскрываются в плоскости наличия нового габитуса как результата деятельности самого агента на основе того, что плюрализация форм и стилей жизни номинирует процесс постоянного формирования различных групп социального взаимодействия и изменений социальных статусов.

Автор приходит к необходимости фиксации социальных изменений как детерминации институциональной и культурной трансформации. В этом контексте анализ стиля потребления учитывает одновременно трансформацию институциональных и становление неинституциональных форм поведения и жизнедеятельности в сфере потребления субъектов процесса потребления; сопутствующий им характер легитимации, соответствующий особенностям социокультурным условиям, социальной ситуации в конкретных пространственно-временных условиях. Автор полагает, что специфически-ролевое поведение образует основание конструирования континуумов стратегий в сфере потребления. Стилю потребления, по мнению диссертанта, рекурсивно соответствует согласованность индивидов, обладающих различными ре-

сурсами, капиталами и потенциями с объективными условиями, которые способны информировать, регулировать методом нормирования и фиксировать параметры практиками представления - социальный генезис (габитус) и социальные структуры (поля действия).

Автор анализирует культурно-историческую рефлексию стиля, его ко-герентности с образом жизни, стилем жизни и способом жизни и показывает, что в современном обществе происходит диверсификация способа и образа жизни. Сознательно избираемые параметры самоорганизации жизни тождественны в сущностных измерениях стилю поведения, обусловленному набором стилеобразующих факторов внутри стиля и вне его. Технологические и ценностные индикаторы культуры конфигурируют создание модели функционирования стиля потребления.

Автор, рассматривая стиль в контексте массовой культуры Ж. Бодрийяра, полагает, что в глобализируемом мире интеракции в сфере потребления способствуют ослаблению связи между социальной структурой и стилем потребления. Стилевое многообразие отражает существование возрастающей дифференциации по экономическому признаку, а общество характеризуется синтезом подвижных стилей без отчетливого поддержания статусных иерархических различий, которые становятся условными, фрагментарными, подвижными и рассеянными. Культура проявляется в контексте все большего социального расслоения общества на богатых и бедных, в котором конкуренция за доступ к социальным и культурным ресурсам способствует плюрализму культурных значений и идентификации, которые все меньше регулируются социальной системой. Автор показывает, что взаимообусловленность экономики и культуры определяет характер интеракций в сфере потребления и проявляется в виде закономерности: развитие плюралистической культуры и стилей адекватно степени развития потребления и уровню согласованности потребностей, интересов и ценностей индивида и общества.

Представляя в современном видении человеческую деятельность и культуру, производящие знаки и значения, которые все меньше регулируются социальной системой, автор полагает, что спецификация социального взаимодействия в сфере потребления констатирует наличие избирательного сообщества (М. Бланши), в рамках которого стиль потребления определяется отсутствием группового действия. Многомерная природа такого сообщества раскрывается в плоскости действующей совокупности стилей. Стилевое многообразие современного мира, по мнению автора, раскрывается в контексте этой замены сообществ: в нестабильном обществе фактическая социальность уступает место стилю и свободно выбранной индивидуальности интеракций. Функциональные возможности взаимодействия релевантны целям, средствам их достижения и используемой информации, а группа начинает представлять собой сообщество рассеянных интересов на основании разноплановости целей и единства средств их достижения.

Анализируя постмодернистские концепции потребления, автор приходит к выводу, что потребление конструируется в плоскости взглядов М. Фээрстоуна как интегральный аспект в социальных границах индивидуализации

ции потребления, способа самовыражения и обретения идентичности. Возрастание роли символической функции и увеличение потребления нематериальных предметов детерминируют стилизацию жизни, ситуацию выбора и увеличение разнообразия во вкусах. Автор показывает, что в стиле потребления девальвируются индикаторы престижа, который формируется под влиянием соотносительной оценки с различными формами и степенью его проявления. Индивид и предметы потребления нерелевантны и неидентичны с позиции значимости и престижа: потребляемые блага служат лишь знаками престижа. Стилевое многообразие определяет возрастающую дифференциацию, и автор показывает, что стили потребления реконструируются внутри сообществ взаимодействия, а стили жизни позиционируются символическими системами, которые наделяются и наделяют соответствующими характеристиками стиль потребления.

Опираясь на многообразные концепции потребления, автор развивает мысль П. Бурдье о том, что предметы потребления служат средствами установления социального сходства и различия. Рыночные отношения не ограничиваются сферой экономических процессов, и по мнению автора, актуализация потребления позиционирует ослабление связи между социальной структурой и стилем потребления. Диссертант приходит к выводу, что предмет потребления как потребность-нужда меняется на потребность-проекцию как символ потребления. Потребление конфигурируется как основа социального порядка в смысле его структурированности и организованности. Автор показывает, что в механизме функционирования стиля потребления играют роль две тенденции: возрастает разнообразие и сохраняется индивидуальная приверженность группе. Сама культура выступает объектом массового потребления, презентируя новые способы идентификации, конструирования «Я» и социального пространства, а процесс стилизации обусловлен процессами социализации и идентификации и конфигурирует их связующий, базисный характер.

Стиль потребления, полагает автор, рефлексируется стилем жизни и поведением потребителей, а стилеобразующий фактор его личностного контекста раскрывается в плоскости культурно-образовательного капитала. Автор объединяет классические подходы к образованию, показывая биполярность его содержания, и считает, что уровень потребности в образовании соответствует типу культуры, выражаясь в виде континуума представлений о нормативном идеале образованного человека. В русле социального конструктивизма П. Бергера и Т. Лукмана образование рефлексируется как область интерсубъективной социальной реальности, ситуация взаимодействия индивидуальных социальных субъектов взаимодействия и стилей потребления с целью институциализации, типизации форм их взаимодействия.

Автор показывает, что образование становится социальной услугой, а не общественным благом, гарантированным государством. Вопросы реформирования образования представлены в контексте развития новой модели как образовательного пространства, структурирующего универсум знания как ценность, выступающим инструментом повышения активности лично-

сти на основе социальной дифференциации в рамках традиционных уровней образования. Диссертант показывает, что наиболее масштабно образование как социальная услуга претерпело институциональные и функциональные изменения на уровне высшего образования. Вариативная система образования, указывает автор, адаптируется не только к потребностям государства, но и к растущим образовательным и социокультурным потребностям индивида. Девальвация функции образования как фактора восходящей мобильности, считает автор, детерминирована неравенством в его получении и прогрессирующей дифференциацией образования. Высшее образование становится лишь одним из условий мобильности, высокого уровня жизни и социального статуса, а социальная потребность обусловлена не только потребностью рынка труда, но и потребностями индивидов в переносе акцентов с квалификации на компетентность и развитием человеческого капитала как системы социально-ориентированных личностных установок. Система диспозиций, полагает автор, становится доминантой и результатом социального взаимодействия, обуславливая ценностную дифференциацию и маргинализацию индивидов и общества.

Вторая глава «Практики потребления образовательных услуг» раскрывает взаимосвязь образования и воспитания в структуре человеческого капитала, представляет практики потребления образовательных услуг и наличие прогностической потребности в образовании, включающей индивида в систему непрерывного профессионального образования.

Автор полагает, что практики потребления образовательных услуг раскрывается в плоскости реализации социального капитала Дж. Коулмана. Практическая номинация человеческого потенциала, считает автор, детерминирована взаимосвязью социального и человеческого капиталов, где человеческий потенциал конструируется как реализация потенциала образованного и культурного общества. Основываясь на теории человеческого капитала, автор солидарен с позицией С.Барсуковой, что представляется наиболее продуктивной редукция социального капитала к понятию ожидания. Дифференциация и соотношение капиталов представляются автору важными в контексте взаимодействия, которое реконструирует прогностическую реализацию потенциала общества. Современное общество представляет поливариантные возможности выбора по удовлетворению потребностей, что влечет за собой многообразие социальных ожиданий и личностных установок. По мнению автора, если социальный капитал в своей функциональной роли сводится к системе ожиданий, то человеческий капитал конституируется системой социально-ориентированных личностных установок его носителей.

Анализируя бинарность процесса включения молодежи в общественную жизнь в контексте современных исследований (Т. Заславская, Д. Константиновский), диссертант приходит к выводу, что интеракции в сфере потребления зависят от динамики развития социальной среды, от системы диспозиций, порождающих практики индивида и его представлений. Автор полагает, что в сфере потребления система диспозиций рекурсивно соответствует проявлениям интернализированных представлений конкретной культуры как системы

общественных условий и предпосылок, в которых протекает процесс воздействия общества на личность в процессе воспитания и образования.

Механизмы и закономерности формирования жизненных ориентаций и индивидуального стиля, считает автор, содержат несколько этапов. Этап становления в микросоциальном окружении обусловлен объективными и субъективными факторами. Консолидация субъективного и объективно-демографического факторов формирует стартовую площадку самосознания, жизненных позиций и стратегий поведения - индивидуального стиля. Диссертант показывает, что конвергенция процесса становления ориентаций, стиля и потребностей с воспроизведением человеческой жизни, способность к самостоятельному обеспечению предметами потребления и сам процесс обеспечения конституируют капитал как проявление человеческих отношений.

Автор обращает исследовательский интерес к культурно-образовательному капиталу микросоциального окружения, который имеет существенное значение для академических успехов, мотивов выбора образования и специальности. Данный индикатор имеет относительные функциональные возможности для констатации, объяснения и оценки зависимости между социальным положением и академическими успехами в целом. По мнению автора, это обусловлено тем, что в плюралистическом мире габитус нерелевантен определенной системе диспозиций, а конструирует континуум результатов деятельности самого человека, обуславливая дифференциацию общества и фрагментарность практик. Специфичность процесса социализации и воспроизведения жизни, полагает автор, воспроизводится в трансформации ценностных конфигураций, проходящей на фоне дестабилизации воспитательных ориентиров в институтах образования и семьи, что образует ситуацию ценностной маргинализации индивида и общества.

Механизм воспроизведения ценностных конфигураций диссертант рассматривает в контексте актуализации адаптационных процессов (П. Кузнецова). Ситуация, в которой оказывается индивид, требует энергичных и неординарных действий для его самосохранения и адаптации. Не имея гарантированных стратегий достижения благосостояния, индивиды пытаются справляться с меняющимися обстоятельствами. Динамика социальных условий жизнедеятельности, ценностная дифференциация и многообразие выбора, полагает автор, конструируют континуум, в котором процесс воспроизведения ценностных ориентаций перестает быть ведущим, уступая место адаптационным механизмам. Адаптационные механизмы позволяют возводить в ранг необходимости и значимости символически воспринимаемые образцы потребления, которые выступают новыми дифференцирующими индикаторами общественной жизни и показателями стиля потребления. Воспитание и образование включены в структуру культурного и человеческого капитала и в современных условиях стилизации общественной жизни и трансформации функций институтов семьи и образования латентно приобретают большую легитимность, адекватность и значимость для социализации, стилизации, идентификации и включения индивида в общественную жизнь.

Рынок образовательных услуг подвержен влиянию многих факторов, выступает как сфера формирования спроса и предложения на образовательные услуги. В контексте идей Т. Старостиной автор выделяет его основные составляющие: предприятия и организации, индивиды, общество как субъекты спроса и образовательные учреждения как субъекты предложения. Диссертантом анализируются потребности как стимул к их реализации через осуществление деятельности. Автор приходит к выводу, что в процессе потребления образовательных услуг такая деятельность учитывает не столько прошлое и будущее процесса принятия решений, сколько нацелена на настоящее, повседневные практики и характеризует средство достижения, а не цель деятельности. Подобные практики не только закрепляют взаимообусловленность структур смысловой регуляции деятельности индивида, но и интегрируют семантическое пространство потребления со всеми сферами общественной жизни.

Фокусирование внимания на проблеме поведения потребителей на рынках осуществляется автором в контексте развития человеческих ресурсов. Автор показывает, что адекватность и особенность конкретного этапа общественного развития детерминированы увеличением количественного и качественного набора потребностей, что предопределяет требования к товарам и услугам. Восприятие образования обусловливается комбинацией различных идеологических позиций. Автор полагает, что в современном обществе имплицитно отсутствует устойчивое единое представление о роли образования, что детерминирует номинацию основных требований к современному профессиональному образованию: современность, гибкость, стандартизация.

В контексте современных исследований (С.Шишкин, Ф. Шереги) автор рассматривает структуру личностной потребности как интеллектуальную социализацию и формирование Я-концепции, которые не могут осуществляться вне образовательной среды. Закономерно, с точки зрения автора, появление платного образования, позволяющего расширить возможности образования, повышения квалификации и получения дополнительных знаний. Принцип платности обеспечивает конкуренцию в образовательной среде, повышает ответственность и производителей и потребителей. Анализируя издержки потребления образовательных услуг, автор, опираясь на идеи М. Баскаковой, концентрирует внимание на проблеме возврата средств, инвестируемых в образование.

Образовательные учреждения, считает автор, вынуждены обращаться к системе планирования, переходить практически к индивидуальному обучению и обращаться к модели дополнительного образования. В ходе исследования было установлено, что гуманитарно-социальные специальности принадлежат к наиболее востребованным и, следовательно, быстрорастущим по численности подготовляемых специалистов. Потенциальные потребители рынка образовательных услуг выбирают высшее образование, при этом характерно единообразие мнения школьников и родителей. Исследование показало, что если рейтинговые показатели престижности специальности и вуза высокие, то идти на нее будут люди состоятельные, планирующие высокий показатель инвестирования в сферу образования. Выбор специальности опо-

средован выбором определенного стиля жизни. При таком мотиве, считает диссертант, речь может идти о тенденциях формирования социальной структуры общества, инструментом которого выступает культурно-образовательный капитал как фактор формирования стиля потребления.

Автор полагает, что отечественная специфика проявляется в конвергенции гуманистических и инструментальных позиций ценностных конфигураций в сфере потребления. Исследование показало синтезирующий приоритет современных, актуальных для рыночных отношений ценностных конфигураций (ориентация на успех, карьеру, престиж) и, вместе с тем, реализацию и развитие личностного потенциала, возможность и желание проявить свои способности. Синтез позиций констатирует преобладание активной жизненной стратегии, осознание возможностей, даваемых образованием не только в плане достижения квалификации и определенного общественного статуса, но и в плане личностной самореализации и компетенции. Жизненные стратегии, полагает диссертант, базирующиеся на получении образования, чаще, чем другие стратегии, синтезируют новые формы жизни, ставшие доступными в связи с рыночными реформами в экономике и либерально-демократическими изменениями в обществе.

Диссертант показывает, что система непрерывного образования становится равнозначной системе профессионального образования: потребители образовательных услуг предполагают получить дополнительное образование, и предпочтение отдается второму высшему образованию. Доминантность дополнительного образования рассматривается автором в ракурсе прогностически направленной деятельности по актуализации потребностей в образовании и компетентности, включая потребителя в систему непрерывного образования. Автор показывает, что прогностическая ориентация потребления в сфере образования обусловлена взаимосвязью на оси функционирования культуры индивидуальное - социальное, с небольшим перевесом последнего в результате соотнесенности с рынком труда. Анализируя соотношения возможностей выбора с нестандартностью условий их реализации, диссертант выделяет факторы прогностической деятельности - временной параметр, пространственная непрерывность и организационная форма образования.

Третья глава «Стиль потребления как социокультурный процесс» представляет анализ стиля потребления в динамическом аспекте как социокультурный процесс стилизации в контексте пространственно-временного функционирования культуры, культурные основания процесса стилизации, взаимодействие феноменов и функций культуры, ценностные и информационные паттерны потребления.

Анализируя взаимосвязь культурных и социальных изменений, автор приходит к выводу, что динамика социокультурных процессов выступает причинным основанием функционирования стиля потребления, где детерминирующее воздействие оказывают мотивационные ориентиры индивидов. В интерпретации стиля потребления как процесса автор опирается на методологические конструкты интенциональности сознания Э. Гуссерля, человеческого времени М. Хайдеггера и процессуальной перспективы Н. Элиаса,

что обосновывает организующий фактор жизненного процесса, функционирования культуры, фактора единства прошлого, настоящего и будущего и актуализацию повседневных практик. Исследуя временные параметры организации и динамики общественных процессов, автор полагает, что стиль потребления детерминирован пространственно-временными аспектами конструирования реальности в процессах социализации, стилизации и идентификации и взаимодействием модусов культуры как формами выражения функций. Процесс стилизации является трансформационно-репродуктивным процессом. Динамическая составляющая стиля потребления обусловливает трансформации, производство и воспроизводство множества жизненных стилей индивидов. В контексте выводов У. Мура о триединой функции времени (синхронизация одновременных действий, последовательность действий и определение уровня действий внутри временной единицы) автор определяет, что продолжительность социальных связей, рефлексивность и наличие статусной перспективы будут настолько велики и значительны, насколько существенны и последовательны их использование и влияние на стиль потребления.

Опираясь на теорию социальной стратификации и социальной мобильности П.Сорокина, диссертант представляет социальное пространство как динамическое и дифференцированное образование и считает, что процесс формирования стиля потребления конструирует подвижно организованное пространство потребления в форме синтеза социального и жизненного пространств. Он также обусловлен культурным пространством, локализованным на пересечении социального и индивидуального полей реальности. Автор предлагает рассматривать процесс стилизации как интегрированный процесс, функционирующий на всех уровнях социальной реальности. Пространственно-временной континуум функционирования автор представляет в контексте изменения динамики модусов времени (прошлое, настоящее и будущее). Номинальные формы проявления функций культуры (процессуальные модусы), по мнению автора, представляют смысловое наполнение стилеобразующих факторов.

Диссертант приходит к выводу, что культурное основание процесса стилизации конфигурирует модально-сбалансированный набор функций культуры. Автор определяет, что доминантная функция интегрирует набор модально-сбалансированных функций и представляется квинтэссенцией ее процессуальных модусов. Феномены культуры диссертант интерпретирует через призму индивидуальной жизнедеятельности, они трансформируются в личностные ценности и выступают конструктом процессов социализации, стилизации и идентификации. Процесс стилизации, считает диссертант, обусловлен подвижностью индивидуальных ценностных систем, резонирующие (нормативные) и мотивационные (ценностные) регуляторы которых конституируют стиль потребления в синтезирующющей плоскости процессов социализации и идентификации.

Диссертант констатирует значимость образования и воспитания в процессе стилизации и обращает исследовательский интерес на ценности-идеалы, которые, проявляясь в процессе стилизации, устанавливают про-

гностическую цель, консолидируются с ценностями-стандартами в процессе социализации, способствуют установлению жизненной формы (идентификация) В обществе рисков феномены культуры не раскрывают индивиду однозначного представления о жизни, и образовательно-воспитательная функция культуры призвана воспитать формы восприятия и рефлексии норм и ценностей общества. В процессе конфигурации этой задачи образовательно-воспитательная функция, по мнению автора, содержит три этапа: психологический, стандартный и ценностный.

Анализируя взаимосвязь интегративной, дезинтегративной, регулирующей (Э. Дюркгейм, К. Манхейм) и образовательно-воспитательной функций культуры, автор приходит к выводу, что в процессе стилизации традиционное понимание системы предписаний и запретов культуры раскрывается в плоскости толерантного отношения к инновациям, а социальные нормы обусловлены функцией нормирования и смыслового очертания границ возможного. Анализ индивидуальной рефлексии индивидов позволил автору осмыслить собственные действия и знания субъектов интеракций. Исследование семантической рефлексии стиля потребления показало, что степень восприятия потребления выше, и его семантическое поле более разнообразно по сравнению со стилем. При выяснении особенностей, влияющих на динамику этих проявлений, понятие стиля оказалось подверженным влиянию большего количества показателей. Система показателей анализируется с позиций культурного наполнения и взаимообусловленности индивидуальных и социальных факторов интерпретации

Автор определяет, что каждый модус трансляции (ценность) человеческой деятельности обеспечивает его принятие и конструируется как фактор нормированности стиля потребления, а культурная норма в процессе стилизации рефлексируется регулятивным выражением культурного стереотипа ценности. Подобное явление функционального сбалансирования различных аспектов процессуальных модусов культуры и социальных процессов интерпретируется доктором наук как инверсия процессуальных модусов.

Доктор наук выделяет аксиологический аспект функционирования стиля потребления в процессе стилизации, обусловленный динамикой и подвижностью потребностей, интересов и ценностей. В работе уделяется внимание культурно-историческому анализу интерпретаций ценности, их типологиям, исследованиям ценностных ориентаций. Анализируя движение к модернистской системе ценностей в контексте взглядов Н. Лапина, автор полагает, что взаимосвязь традиционных и постмодернистских ценностей с потребностями, а также согласованность их между индивидом и обществом, консолидирует интегральную оценочную особенность стиля потребления. Оценка, являясь основанием для выбора альтернатив в практиках потребления, способствует нормированию жизнедеятельности и интеракций индивидов в повседневной жизни посредством ценностных конфигураций как регулятора стиля потребления и замену потребности-нужды на потребность-проекцию. Автор считает, что нормирование ценностных конфигураций обусловлено стилизованным континуумом потребления: ценность конструиру-

ется посредством смыслов, и потребление приобретает характер процессуальной дезактуализации символических потребностей. Взаимообусловленность экономики и культуры определяет характер интеракций в сфере потребления и проявляется в виде закономерности: развитие плюралистической культуры и стилей адекватно степени развития потребления и уровню согласованности потребностей, интересов и ценностей индивида и общества.

В русле концепции информационного общества Д. Белла автор приходит к выводу, что рыночные отношения, выходя за рамки экономических процессов в нематериальную сферу, регулируются информационными потоками и фиксируют наличие информационного ресурса стиля потребления. Информационные потоки, регулируя интересы и критерии в отношении количества и качества потребления, способствуют выработке моделей идентификации через потребление, нормируют интересы и вкусы. Автор определяет, что в информационном ресурсе функционально проявляются две направленности: изменение и многообразие образцов потребления и стандартизация мотива престижа и уподобления. Основываясь на социально-информационных процессах, диссертант обосновывает смысловую наполненность рекламы и моды как форм информационного ресурса процесса потребления в ориентации на способность оформлять и закреплять информацию.

На основании анализа двух ориентации социологической традиции на феномен моды (Э. Дюркгейм, Г. Зиммель) автор приходит к выводу, что bipolarность информационного ресурса стиля потребления фиксирует совокупный результат социальных и индивидуальных потребностей и детерминирована социально-индивидуальной осью функционирования культуры. В современном обществе, считает автор, поляризованные векторы консолидируются, представляя нормативность информационного ресурса стиля потребления и подражательной, и принудительной. Он приобретает возможность нормирования, поскольку обладает властью, позволяющей детерминировать и регулировать интеракции в сфере потребления, не являясь вместе с тем нормой поведения как образец социального действия. В контексте стилевой дифференциации, полагает автор, рефлексия нормы латентна и лабильна, влияет на особенности формирования модели и выбора потребителя и взаимообусловлена стелем потребления, определяющей особенности поведения и мышления, действия и социального взаимодействия.

В четвертой главе «Стиль потребления как способ идентификации» анализируется стиль потребления как способ идентификации через интеракции в сфере потребления, социальное действие и поведение потребителей. Идентификация через потребление рассматривается в контексте соотнесенности стиля и социальной структуры, где стиль выступает стратификационным признаком и фактором социальных различий.

Автор рассматривает социально-экономическое взаимодействие в сфере потребления и полагает, что его анализ в рамках институциональных экономических теорий приводит к диффузии социологического знания. Функции современного маркетинга не тождественны в сущностных измерениях обеспечению экономической эффективности деятельности и атрибутируют

к признанию обменных отношений социальным процессом, ведущим к формированию идентичности в плоскости потребления и изменения социальной структуры. Стиль потребления образует основу для появления новых моделей интеракций.

Автор определяет, что в стиле потребления предмет потребления как потребность-нужда меняется на символический предмет потребления как потребность-проекцию, и социальные изменения создают для индивидов условия поиска релевантных стратегий поведения. Не имея гарантированных стратегий достижения благосостояния, индивиды пытаются справляться с меняющимися обстоятельствами, интегрируя символически воспринимаемые образцы потребления, обусловливающие ценностную маргинализацию. Как следствие, полагает автор, появляются новые типы интеракций, стили потребления, менее легитимные или нелегитимные, но как-то справляющиеся с этой ситуацией.

Диссертантом обосновывается вывод, что в современном обществе возрастает зависимость интеракций в сфере потребления, жизненных стратегий и стиля жизни от культурно-образовательного капитала. Конструктами взаимодействия в сфере потребления выступают цели, средства их достижения и используемая информация. При констатации взаимодействия в стиле потребления автор предлагает использовать критерий нового рационального (иррационального) поведения, основанный на индивидуально-личностной системе ценностных конфигураций как свободы самовыражения многообразия. Синтез инструментальной и ценностной составляющей в модели поведения конституирует иррационально- и ценностно-ориентированный тип интеракций в стиле потребления.

Подобный тип интеракций, полагает диссертант, рекурсивно соответствует особому способу постановки задачи, целеполагания, характеру притязаний и жизненных приоритетов, способу достижения поставленных целей и выбору адекватных средств. Автор реконструирует индивидуальную, интерактивную и социальную иррациональность, где индивидуальная иррациональность детерминирована ценностными конфигурациями выбора и принятия решения и культурно-образовательным капиталом. Автор показывает, что в смысловых границах принятия решения и осуществления выбора принципиальное значение имеет соответствие получаемой информации сути выбора: чем адекватнее информация, тем в большей степени принятие решения будет соответствовать принципу независимой иррациональности. Анализируя психологические аспекты межличностной и групповой коммуникации, автор показывает, что с институциональной позиции индивиду в сфере потребления выгодно подчиняться престижным образцам, если они облегчают координацию его действий с действиями окружающих и способствуют достижению его целей.

Анализируя ситуацию выбора и риски в принятии решения в сфере потребления в контексте общества риска У. Бека и Н. Лумана, автор показывает, что при принятии решения приоритетным становится выбор субъективно оцениваемого правильного действия на основе соотнесения объек-

тивных и субъективных факторов в контексте возрастания разнообразия личностных проявлений и сохранения приверженности группе. Диссертант полагает, что идентификация через потребление связана с социокультурными детерминантами формирования поведения индивидов и групповых солидарностей. Диссертант рассматривает принцип соответствия потребности, мотива и поведения в социологической традиции (Ю. Левада, В. Ядов) и полагает, что повседневные практики приобретают фоновый характер, интерпретируемый как подвижность смыслового взаимодействия в процессе дезактуализации потребностей. Социальные изменения релевантны изменениям стилевого контекста социальных практик, сопровождающимся проявлением соответствующих идентичностей. Идентификация через потребление подвержена влиянию групповой солидарности, где наиболее конструктивными среди отношений становятся информация, социальная роль и нормированность отношений. Когнитивным основанием групповых взаимодействий становится нормированность отношений, индивидуальные цели, средства их достижения и используемая информация, а группа начинает представлять собой сообщество рассеянных интересов на основании разноплановости целей и единства средств их достижения.

Анализируя различные аспекты поведения потребителей, автор выделяет поляризованные типы поведения потребителей (творческий и потребительский). Динамически развивающееся общество плоралистической культуры и массового потребления, полагает автор, стирает грани обобщенных поляризованных типов потребления, и образы потребления фигурируют в номинальных границах фрагментарности всех сфер жизни. Рассматривая проблемы взаимосвязи индивидуального и общественного в социальных структурах с позиции Н. Элиаса, идеи стратификационного подхода к анализу структуры и неравенств, диссертант приходит к выводу, что стратификация в обществе массового потребления, как результат действия рынка, наряду с экономическим капиталом и социальным происхождением апеллирует к сфере культуры, и стиль потребления определяется как конституирующий фактор дискурса социальных различий.

В аспекте влияния стиля потребления на социальную структуру автор применяет рефлексивную концепцию стратификации П. Бурдье на основе детерминированности стиля потребления дискурсом различия и неравенства, а социальные различия конституируются взаимосвязью социального статуса, материального положения и культурно-образовательного капитала. Автор показывает, что меняются конфигурации потребности, ценности, убеждения, традиционные формы жизни, представления о престиже, сформировались новые элиты и возникли новые социокультурные формы идентификации, и стиль потребления функционирует в качестве критерия социальной дифференциации и стратификационного признака. Дискурс стиля потребления в смысловых границах различия и неравенства, считает автор, интегрируется с социальным пространством, которое выступает как пространство стилей потребления, где роль единицы структуры играет стиль потребления. Жизненное пространство стилей потребления становится ре-

зультатом социальной стратификации и может ограничить свободу индивида, а стиль потребления функционирует в качестве критерия социальных различий и стратификационного признака. Диффузия социальной структуры и конфигурация новой структурной организации, основанная не на вертикальном, а на горизонтальном членении (Л. Ионин), считает диссертант, конституирует стиль потребления конструктом интерпретации неравенства через различие стилевых позиций и диспозиций потребления.

В контексте взглядов Б. Вальденфельса автор показывает, что стиль потребления функционирует в повседневности, где сосредотачиваются смысловые постулаты культуры. Жизненный мир раскрывается в плоскости пространства образования новых форм рациональности, стилей и способов идентификации, а сама иррациональность повседневности распространяется на социокультурные детерминанты жизненного мира (ценности, потребности, стиль жизни). Для определения аттилюдов стиля потребления автор предлагает сопоставить типологию стилей жизни с типами поведения потребителей и представляет матрицу стиля потребления: экстравагантный стиль жизни и демонстративный тип потребительского поведения; традиционный стиль жизни и рациональный тип поведения в потреблении; альтруистический стиль жизни и экономный тип поведения потребителей.

Идентификация в плоскости сферы потребления носит культурный характер: индивид производит себя как текст / смысл в контексте культуры, а стиль потребления изменяется вместе с изменением идентификации. Автор полагает, что спецификация стиля потребления проявляется в уникальности, отклонении от стереотипа и одновременно как типизация, конвергенция различного в единстве общезначимой формы. Автор рассматривает стиль потребления как имманентную самоорганизацию и вместе с тем результат внешней детерминации - плюралистическую индивидуально-социальную целостность.

Действие индивида фиксирует рефлексию социального мира и презентацию себя в действии. Стиль потребления конституируется посредником входящего индивидуального в социальное, служит отражением интересубъективности, существуя как динамично развивающееся значение, объективированное в стилевой структуре, в котором различаются первичный (жизненный) и вторичный (социальный) стили. Признаками стиля потребления выступают: номинальная реальность на индивидуальном уровне принятия решений, бытийная сторона жизнедеятельности, содержательная структура целей и средств, логика рефлексии мира, связь содержания и формы, целостность социокультурного процесса стилизации и способа идентификации как личностно-социальный стиль на основе социально-индивидуальной оси функционирования культуры в пространственно-временном контексте. Жизненный мир, в котором конституируется дифференциация стилевых признаков, является организованной дифференциацией - стилевой символической системой.

В заключении даны выводы и результаты диссертационного исследования. В приложении представлены таблицы, иллюстрации, схемы, образцы анкет.

Монографии

1. Иванова И.Н. Стиль потребления как социальный процесс и способ идентификации: социологическая интерпретация / И.Н. Иванова. Саратов: ПМУЦ, 2004. 512 с. (36,85 п.л.).
2. Иванова И.Н. Потребление образовательных услуг / И.Н. Иванова. Саратов: ПМУЦ, 2004. 244 с. (15 п.л.).
3. Иванова И.Н. Рынок труда и рынок образования: региональные практики профессионального обучения / И.Н. Иванова. Саратов: Регион. центр, 2003. 100 с. (5,8 п.л.).
4. Иванова И.Н. Функции культуры и проблема времени (Социально-философский аспект) / И.Н. Иванова; Под общ. ред. акад. Я.Ф. Аскина. Саратов: СГУ, 1997. 144 с. (8,4 п.л.).

Статьи в журналах

5. Иванова И.Н. Социокультурная стилизация личности / И.Н. Иванова // Социально-гуманитарные знания. 2004. № 6. С. 176-187 (0,7 п.л.).
6. Иванова И.Н. Воспроизведение социального капитала / И.Н. Иванова // Служба кадров и персонал. 2004. № 12. С. 7-11 (0,4 п.л.).
7. Иванова И.Н. Социальные и личностные потребности / И.Н. Иванова // Человеческие ресурсы. 2004. № 4. С. 2-6 (0,7 п.л.).
8. Иванова И.Н. Образование становится непрерывным / И.Н. Иванова // Служба кадров и персонал. 2004. № 9. С. 82-86; № 10. С. 65-68 (0,8 п.л.).
9. Иванова И.Н. Прогностическая ориентация потребности в дополнительном образовании / И.Н. Иванова // Вестник Саратовского социально-экономического университета. 2004. № 8. С. 152-159 (1 п.л.).
10. Иванова И.Н. Рынок труда и рынок образования: как устраниить дисбаланс? / И.Н. Иванова // Высшее образование в России. 2004. № 7. С. 3-11 (0,6 п.л.).
11. Иванова И.Н. Баскакова М.Е. Экономическая эффективность инвестиций в высшее образование: тендерный аспект. М.: Гелиос АРВ, 2002. 288 с. / И.Н. Иванова // Журнал исследований социальной политики. 2004. Т. 2. № 3. С. 426-431 (0,4 п.л.).
12. Иванова И.Н. Потребность в знаниях / И.Н. Иванова // Человеческие ресурсы. 2002. № 1. С. 18-20 (0,3 п.л.).

Статьи в научных сборниках

13. Иванова И.Н. Потребности в качественном образовании / И.Н. Иванова // Управление качеством образования, продукции и окружающей среды: Материалы науч. конф. Бийск: Алт. гос. тех.ун-т, БТИ, 2004. С. 93-98 (0,4 п.л.).
14. Иванова И.Н. Уровень образования - уровень культуры / И.Н. Иванова // Образование в современном мире: глобальное и локальное: Сб. науч. статей. Саратов: Научная книга, 2004. С. 242-246 (0,3 п.л.).
15. Иванова И.Н. Жизненные стили в условиях ценностной дифференциации / И.Н. Иванова // Проблемы XXI века: культура поведения молодежи. Роль общества в воспитании молодежи: Сб. статей. СПб.: СПбГУЭФ, 2004. С. 164-167 (0,2 п.л.).
16. Иванова И.Н. Культурно-образовательный капитал в контексте реализации потребности / И.Н. Иванова // Стратегическое управление ресурсами пред-

предприятий: Сб. статей / Под ред. В.П. Горшенина. Челябинск: ЮУрГУ, 2004. С. 160-165 (0,4 п.л.).

17. Иванова И.Н. Прогностическая ориентация потребности в дополнительном образовании / И.Н. Иванова // Доступность высшего образования для инвалидов: Сб. науч. ст. Саратов: Научная книга, 2004. С. 64-80 (1,2 п.л.).

18. Иванова И.Н. Образование как фактор социальной дифференциации и мобильности / И.Н. Иванова, А.Е. Крухмалева, Е.И. Пронина, Е.Ю. Колесникова и др. (круглый стол) // Образование и наука в процессе реформ: Социологический анализ / Ред.-сост. Д.Л. Константиновский, Л.П. Веревкин. М.: ЦСП, 2003. С. 403^04 (0,5 п.л., авт. - 0,05 п.л.)

19. Иванова И.Н. Потребность в предпринимательской культуре / И.Н. Иванова // Современная этика: российская реальность и прогнозы: Сб. науч. статей. Казань: Таглиммат, 2003. С. 142-146 (0,4 п.л.).

20. Иванова И.Н. Тенденции развития рынка образовательных услуг / И.Н. Иванова, Р.Е. Миронова // Проблемы и тенденции развития коммерции в регионе на современном этапе: Сб. науч. статей. Саратов, 2003. С. 123-160 (0,6 п.л., авт. - 0,3 п.л.).

21. Иванова И.Н. Реклама как явление культуры / И.Н. Иванова // Проблемы и тенденции развития коммерции в регионе на современном этапе: Сб. науч. статей. Саратов, 2003. С. 119-123 (0,3 п.л.).

22. Иванова И.Н. Потребность в семантическом пространстве профессионализма / И.Н. Иванова // Инновации в системе непрерывного образования: Межвуз. сб. науч. трудов. Челябинск: ЮУрГУ, 2003. С. 57-66 (0,5 п.л.).

23. Иванова И.Н. Формирование стиля потребления / И.Н. Иванова // Российское общество и социология в XXI веке: социальные вызовы и альтернативы: Тезисы докладов и выступлений на II Всероссийском социологическом конгрессе: В 3 т. М.: Альфа-М, 2003. Т. 1. С. 429-430 (0,1 п.л.).

24. Иванова И.Н. Культура и потребление информации / И.Н. Иванова // Экономическая психология: актуальные теоретические и прикладные проблемы: Сб. науч. статей. Иркутск: БГУЭП, 2003. С. 155-160 (0,5 п.л.).

25. Иванова И.Н. Мобильность культурных процессов / И.Н. Иванова // Интеграционные процессы в современном обществе: Сб. науч. статей. Саратов: Аквариус, 2003. С. 204-210 (0,4 п.л.).

26. Иванова И.Н. Образование как фактор социального поведения / И.Н. Иванова // Образование и права человека: Материалы науч.-практ. конф. Воронеж: Воронежский гос. ун-т, 2003. С. 53-58 (0,5 п.л.).

27. Иванова И.Н. Социокультурные аспекты стилизации потребления / И.Н. Иванова // Современные проблемы и тенденции развития коммерции в регионе: Сб. науч. статей. Саратов, 2002. С. 170-174 (0,3 п.л.).

28. Иванова И.Н. Конструирование потребительских стилей / И.Н. Иванова // Управление общественными институтами и процессами в России: вопросы теории и практики: Материалы межвуз. науч.-практ. конф.: В 2 ч. Саратов: ПАГС, 2002. Ч. 2. С. 200-206 (0,7 п.л.).

29. Иванова И.Н. Трансформация жизненного стиля / И.Н. Иванова // Социологические, этнологические и лингвистические проблемы современности: Материалы докл. междунар. науч. конф. Рыбинск: РГАТА, 2002. С. 39-42 (0,3 п.л.).

30. Иванова И.Н. Потребление образовательных услуг / И.Н. Иванова // Современное образование: интеллектуальные ресурсы провинции: Сб. науч. статей. Саратов: СГТУ, 2002. С. 69-78 (0,5 п.л.).
31. Иванова И.Н. Мода как нормативность потребления / И.Н. Иванова // Проблема нормы и патологии: современные дискурсивные практики: Материалы междунар. науч.-практ. конф. Саратов: СГМУ, 2002. С. 161-166 (0,5 п.л.).
32. Иванова И.Н. Культура как реальность деятельности разума / И.Н. Иванова // Разум и культура: Сб. науч. трудов. Саратов: ПМУЦ, 2001. С. 14-18 (0,3 пл.).
33. Иванова И.Н. Пространство-время современной России / И.Н. Иванова, О.Ф. Филимонова // Жизненное пространство России: Сб. науч. статей. Саратов: СГУ, 2000. С. 73-87 (0,9 пл., авт. - 0,5 п.л.).
34. Иванова И.Н. Соотношение модусов времени / И.Н. Иванова // Философия. Наука. Культура. Творчество. Материалы Всерос. Аскинских чтений. Саратов: ПМУЦ, 1999. С. 32-36 (0,3 п.л.).
35. Иванова И.Н. Развитие личностных ресурсов / И.Н. Иванова // Современные проблемы развития человеческих ресурсов: Сб. науч. трудов. Саратов: ПМУЦ, 1997. С. 38-48 (0,5 п.л.).

Иванова Ирина Николаевна

Стиль потребления
как социокультурный процесс
и способ идентификации

Автореферат

Ответственный за выпуск:
доктор социологических наук О.В. Лаврова

Корректор Л. Скворцова

ИД №01696 от 05.05.2000

Подписано в печать	14.03.05	Формат 60x84 1/16
Бум. тип	Усл. печ. л. 2,0	Уч.-изд. л. 2,0
Тираж 100 экз.	Заказ 178	Бесплатно

Типография Поволжского межрегионального учебного центра
410033 г. Саратов, ул. Международная, 34.

22 MAR 2005

1591