

УДК 101.1

DOI 10.23683/2227-8656.2019.4.14



**СОЦИАЛЬНЫЕ
И КУЛЬТУРНЫЕ
ОБСТОЯТЕЛЬСТВА
ДЕМОНСТРАТИВНОГО
ДОСУГОВОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ
В СОВРЕМЕННОМ
РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ**

**SOCIAL
AND CULTURAL
CIRCUMSTANCES
OF DEMONSTRATIVE LEISURE
CONSUMPTION
IN THE MODERN
RUSSIAN SOCIETY**

Печкуров Илья Васильевич

Кандидат социологических наук,
старший научный сотрудник,
Южнороссийский филиал
Федерального научно-исследовательского
социологического центра
Российской академии наук,
г. Ростов-на-Дону, Россия,
e-mail: urfranrostov@gmail.com

Ilya V. Pechkurov

Candidate of Sociological Sciences,
Senior Researcher,
South of Russia Branch
of Federal Research
Sociological Center
of the Russian Academy of Sciences,
Rostov-on-Don, Russia,
e-mail: urfranrostov@gmail.com

В статье показано, что с течением времени в социокультурном пространстве демонстративного потребления досуга меняется характер социальных взаимодействий, появляются новые культурные нормы и ценности. Население включается в потребительскую деятельность в сфере досуга, и одна из целей данной деятельности – создание своей идентичности. Появление форм и видов элитарного досуга, связанного с демонстративным потреблением, ведёт к обострению между досуговыми потребностями индивидов и возможностями их реализации. Конструирование свободного времени особым образом позволяет подчеркнуть свой социальный статус перед окружающими и упрочить его.

The article shows that over time, the nature of social interactions changes in the socio-cultural space of demonstrative consumption of leisure, new cultural norms and values appear. The population is involved in consumer activity in the field of leisure and one of the goals of this activity is the creation of their own identity. The emergence of forms and types of elite leisure connected with demonstrative consumption leads to an aggravation between the leisure needs of individuals and the possibilities of their realization. The construction of free time in a special way allows to emphasize social status and strengthen it.

Ключевые слова: потребление досуга; демонстративное потребление; досуговые услуги; социокультурный раскол; социальная реальность. **Keywords:** leisure consumption; demonstrative consumption; leisure services; sociocultural schism; social reality.

Введение

Устоялось мнение, что потребление всегда связано как с потреблением товаров и услуг, так и с потреблением разнообразных видов досуга. Именно с делением на потребление видов товара и потребление видов досуга как продукта связано формирование видов и стереотипов потребительства. Формы и виды проведения досуга во многом зависят от самого индивида, уровня образования и культуры, интересов, жизненных целей. Однако в реальной действительности в сфере досуга, особенно среди молодежи, преобладают именно потребительские предпочтения.

Как полагает О.В. Понукалина, со временем сущность и характеристики досуга меняются, что связано с появлением новых культурных ценностей и норм. Население более активно вовлекается в процесс потребления, в частности, в сфере потребления досуга, демонстрируя различные, всё более разнообразные демонстративные виды потребительской деятельности, направленной на формирование своей идентичности в данной сфере. В большой мере это обусловлено тем, что именно досуг, потребление досуга, имея «символическое лицо», может выступать в качестве «символа социальной дифференциации» (Понукалина, 2010).

Досуг – это социокультурное пространство освобождённого от регламентирования поведения личности, подразумевающее, прежде всего, свободный выбор алгоритмов досугового времяпрепровождения. Но тем не менее досуг имеет и определённую структурность, и целенаправленность, включая в себя разнообразные аспекты – от игры и общения до развлечений и художественного творчества.

Существуют различные концепции досуга. Однако их все объединяет один общий признак: принцип «свободы для», а не «свободы от» в значении свободы для реализации своих интересов через деятельность, а не освобождения от правил, установленных обществом. Кроме того, в виде важного критерия выступает спектр сфер досуговых возможностей (отдых – развлечения; духовное – физическое).

Как вид деятельности досуг является показателем общественного статуса. В социологических исследованиях, посвящённых исследованию образа жизни элиты, используется понятие «демонстративный досуг» – склонность демонстрировать обладание определённым социальным статусом через специфическую организацию своего свободного времяпрепровождения.

Со временем произошёл перенос со статуса на специфику организации свободного времени и установилось соотношение в системе меньшее – большее между сферой досуга и социальным критерием качества жизни: досуговая сфера стала одним из критериев качества жизни. При этом формирование специфичных видов элитарного досуга и их демонстративное потребление элитой резко очертили несовпадение досуговых потребностей отдельного среднестатистического индивида и его возможностей по их осуществлению.

С точки зрения О.В. Понукалиной, являясь значимой сферой современного общества, досуг тем не менее имеет значимость не сам по себе, а приобретает её через досуговое потребление. То есть досуг обесценивается, теряя своё значение за границами, очерченными потребительскими практиками. Также досуг зависим и от свободы потребительского выбора, которая весьма ограничена в кризисном постсоветском пространстве, существуя только в виде неких оазисов для избранного меньшинства и обширного виртуального потребительского пространства для большинства в отличие, например, от западноевропейских стран. Следствием отчуждения досуга в пространство виртуальности становится потеря им привлекательности для большинства населения. Важную роль играет и личностный фактор, поскольку, определяя культурный капитал, уровень развития личности определяет и разнообразие сфер интересов. Чем ниже уровень личностного развития – тем обременительнее свободное время и скуднее способы его наполнения (Понукалина, 2011. С. 215).

Н.В. Котельникова выявляет различные досуговые стратегии применимо к молодежи, показывает рост значимости досуга для молодых людей, открывающиеся возможности самоутверждения и самоактуализации именно в досуговом пространстве жизнедеятельности (Котельникова, 2003). В свою очередь, для Т.В. Абанкиной в цивилизации досуга просветительская модель культуры заменяется концепцией гедонистической, исходя из которой основная цель и предназначение культуры – не просвещение, а развлечение (Абанкина, 2005).

Однако, как показывают современные российские исследователи (Lubsky, 2018), в молодёжной среде на Юге России преобладают патриотические поведенческие практики в соединении с негативным отношением в целом к прозападным ценностям и, соответственно, к демонстративному потреблению досуга: «The basis of patriotism in the youth environment in the South of Russia, as well as among all Russians, is feelings connected with the love of their Motherland and pride in their Organizational and Legal Aspects of Patriotic Practices in Regional Communities at the South of Russia <http://www.iaeme.com/IJCIET/index.asp> 188 editor@iaeme.com Fatherland

(Russia). However, at the same time, Russian youth, on the one hand, to a lesser extent than the Russians as a whole, shows a negative attitude towards the West. And on the other hand, in the patriotism of Russian youth, its civilian component is more pronounced, manifested in the higher social activity of young people compared with other age groups. Therefore, patriotic practices of a military-mobilization nature in the youth environment are being supplemented by civilian patriotic practices of a creative nature» (Lubsky, 2018. P. 187–188).

Сущность демонстративного потребления досуга заключается в том, что досуг как социальный феномен обладает такими отличительными качествами: 1) критерий статусной идентификации; 2) показатель принадлежности к определённому стилю жизни; 3) лакмусовая бумага, проявляющая уровень неравенства в сфере возможностей; 4) разновидность лифта в структуре социальной иерархии. В условиях общества постмодерна в процессе становления и расширения привлекательности идеологии потребления для всё более широких слоёв населения демонстративное потребление приобретает новые черты и формы. Как отмечает О.В. Понукалина, в данных (перечисленных выше) условиях «закон ценности досуга» обретает статус некоего социального предписания, при этом в контексте идеологии массового потребления изначальная цель досуга «служить наслаждению» трансформируется в «заполнение потреблением непроизводственного времени» (Понукалина, 2009. С. 302).

Исходя из указанного выше, возникает важный вопрос: «Кто выступал и выступает носителем демонстративного потребления досуга?»

Ответ на него, безусловно, неоднозначен, поскольку каждый период становления постсоветского общества имел своих героев и в сфере демонстративного досугового потребления.

В 1990-е гг. – это так называемые новые русские, которые с позиции И.Г. Яковенко имеют ряд отличительных признаков: наличие своего дела или иного высокого дохода; совмещение, как правило, высокого дохода с высоким статусом, например должностью в крупной корпорации; специфический, «новорусский» образ жизни; крайние проявления индивидуализма: демонстративное поведение вообще и демонстративное потребление в частности (Яковенко, 2004).

В 2000-е гг. носители демонстративного потребления – это так называемые олигархи и близкие к ним «новые богатые». Основное место их обитания – Куршевель, ставший символом роскошной жизни в сознании российских олигархов. С. Сарафанова, рассказывая в своей книге «Записки жены олигарха» о «русских сезонах» в Куршевеле, обращает внимание на то, что из России сюда приезжают самые богатые, уже интегрированные в жизнь мировой элиты и составляющие основу «куршевельской ту-

совки»: олигархи, их топ-менеджеры, некоторые чиновники, виднейшие частные предприниматели. При этом демонстрируется «мягкое золото» применительно к мужскому и женскому гардеробу. Выставление напоказ своих тел, своих состояний, своих манер и нравов – вот что отличает «новых русских» (Независимая газета, 2004).

В итоге досуговые практики россиян, связанные с демонстративным потреблением, находят свое воплощение в условиях глобализации и сопровождаются такими характеристиками, как пародийность, ирреальность, неопределенность.

Образ «нового богатого русского», своеобразно проводящего свой досуг, все больше отождествляется со своеобразной лексикой, получающей широкое распространение в обществе. Ненормативная лексика стала маркером деградации речевого общения и загрязнения культурно-языковой среды.

Как не без оснований считает А. Смолин, яркой особенностью российского общества в отличие от цивилизованных стран является то, что культура люмпенов не только пересекается с культурой иных социальных слоёв, но и весьма разнородна по своему составу, включая в себя и уголовников, и бизнесменов, и полицейских, и депутатов, и представителей богемы. Песни блатного и уголовного мира вошли в качестве составляющей в шоу-бизнес, а понятийный ряд мира криминала становится языком общения, понятным для всех слоев общества (Смолин, 2011).

Стратегии досуга связаны с понятием субкультуры. Всякая субкультура формируется в особых общественных условиях и для ее носителей предоставляет специфические возможности решения таких жизненных проблем, как низкий социальный статус, ограниченные социальные возможности и т.п.

Что касается молодёжных субкультур, то их жизнеспособность обусловлена во многом тем, что они создают возможность выбора, проявления собственного волеизъявления в отличие от таких социальных институтов, как семья или образование, в которых молодые люди, по сути, бесправны, поскольку обнаруживают себя уже включёнными в них. Кроме того, принадлежность к определённой субкультуре способствует реализации ценностей, мотивов, побуждений личности, что делает жизнь в выбранном контексте особенно привлекательным (Аверкин, 2007. С. 203–205).

Однако, как убедительно доказано в результате социологического исследования, проведённого Л.П. Канаевой и Д.В. Елистратовой, в среде городской молодёжи демонстративное потребление не является распространённой и одобряемой формой поведения (Канаева, 2018. С. 189–190).

Иногда обращают внимание на то обстоятельство, что в сегодняшней неустойчивой социальной обстановке демонстративное потребление, возможно, применяется частью людей в качестве защитной реакции на происходящее вокруг.

Практически неопровержим факт, что отличительной особенностью России является существующий на длительном временном промежутке раскол общества в идейно-политической и культурной сферах. А.С. Ахиезер определяет сущность данного социокультурного раскола следующим образом: «Всякое различие в обществе может в определенной ситуации превратиться в противоречие как в его относительно простых, легко преодолимых, так и в непреодолимых для соответствующего общества формах. В последнем случае умножаются неразрешимые, болезненные проблемы. В определенных социальных условиях различия превращаются в особый тип застойного противоречия, преодолеть которое общество оказывается не в состоянии и к которому оно соглашается приспособляться» (Ахиезер, 2001. С. 90–91). То есть, по мнению автора, этот делящийся раскол не только предопределил путь развития российского общества, но и оказал трансформирующее воздействие на социальный тип личности в России.

Именно это имеет в виду В.Г. Немировский, когда, указывая на главную причину, по его мнению, социальных проблем, существующих в российском обществе, называет его устройство, основанное на противоречиях (элита – массы; знать – народ; ценностно-нормативная система – поведенческие ориентиры) (Немировский, 2009. С. 170).

Вследствие указанных выше кризисов и противоречий, разрушения прежних аксиологических установок духовная люмпенизация как деструкция общества и внутреннего мира человека разрушала идентичность общества и самость личности.

Внутренняя политика власти на современном этапе через запущенный процесс массовизации и превращение сознания современного человека в объект и продукт манипуляции фактически ликвидирует свободу личности, несмотря на то что свобода личности есть одна из декларируемых ценностей демократии.

Однако есть иные формы проявления своего осознанного или бессознательного протеста против нечеловеческих обстоятельств, чем демонстративное потребление.

В свое время, рассматривая проблему взаимоотношений общества и личности, известный социолог Э. Дюркгейм говорил о человеке как о двойственном существе, поскольку в нем физический человек сочетается с социальным человеком. По большому счету demonstra-

тивное потребление досуга в условиях аномии, социальной, идеологической и нравственно-этической неопределенности связано с сущностью человека потребляющего, но никак не человека протестующего.

Именно на это обращает внимание Е. Николаева, когда пишет, что человек потребляющий – это по преимуществу человек играющий, развлекающийся, веселящийся. Повседневность отождествляется с праздничностью (Николаева, 2006). Такой человек далек от осознания неполноценности своего жизненного существования, когда деформация социальности и потеря людьми смысла жизни и целостности приводят к утрате и осознанию значения понятия «человеческое достоинство» и его ценности.

Заключение

Одна из главных задач культуры – создание системы ценностных ориентиров, способных осуществлять регуляцию поведения на индивидуальном и социальном уровнях. Данная система, созданная культурой, становится базой для формулирования и реализации личностью задач в познавательной, практической, личностной сферах. То есть через культуру осуществляется переход человека на иной, лежащий вне человека, более упорядоченный и осмысленный способ бытия.

У нас же, как полагает Е.Г. Сахно, «идеология потребительства способна создать у человека иллюзию удовлетворения его высших потребностей за счет товаров-символов, поэтому “престижный” образ жизни превращается в погоню за новым, лучшим, модным; также символом престижа может служить лишь дорогая вещь» (Сахно, 2002. С. 169).

Таким образом, социокультурное пространство демонстративного потребления досуга характеризуется тем, что с течением времени меняется характер социальных взаимодействий в пространстве досуга, появляются новые культурные нормы и ценности. Человек-потребитель неизбежно приобщается к деятельности по созданию собственной идентичности через потребление досуговых услуг. При этом в досуге ярко и вместе с тем противоречиво выражено демонстративное потребление.

Досуг как вид деятельности становится показателем общественного статуса. Появление форм и видов элитарного досуга, связанного с демонстративным потреблением, привело к обострению несовпадения между индивидуальными досуговыми потребностями и возможными способами их достижения.

Проводя свободное время определенным образом, человек склонен демонстрировать свой социальный статус. С течением времени сформировался новый социальный критерий качества жизни – сфера досуга. Это связано с распространением влияния идеологии потребления в процессе становления общества постмодерна, что привело к изменению привычных форм демонстративного потребления досуга. Это, в свою очередь, обусловило формирование новых особенностей осуществления демонстративного потребления: доминанта потребления объектов желаний переместилась из сферы «необходимое» в сферу «социальный маркер».

Досуговые практики россиян, связанные с демонстративным потреблением, находят свое воплощение в условиях глобализации и сопровождаются такими характеристиками, как пародийность, ирреальность, неопределенность. Результатом на фоне кризисных периодов, смены аксиологических установок и духовной деградации стало разрушение идентичности и общества в целом и самости личности.

Курс нынешней власти направлен на активизацию процесса массовизации детерминирующей мысли, чувства, алгоритмы поведения. То есть идеи свободы личности, совести, волеизъявления, декларируемые как достижения демократии и приметы демократического общества, на практике приобретают мифический характер, поскольку сознание современных людей является объектом постоянного и направленного манипуляционного воздействия.

По большому счету демонстративное потребление досуга в условиях аномии, социальной, идеологической и нравственно-этической неопределенности связано с сущностью человека потребляющего, но никак не человека протестующего.

Литература

Абанкина Т.В. Экономика желаний в современной «цивилизации досуга» // Отечественные записки. 2005. № 4.

Аверкин М.Г., Матвеева Ю.С. Роль клубных субкультур в формировании пространства молодежных коммуникаций // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Социальные науки. 2007. № 4. С. 203–205.

Ахизер А.С. Архаизация в российском обществе как методологическая проблема // Общественные науки и современность. 2001. № 2.

References

Abankina, T.V. (2005). The economy of desires in the modern «civilization of leisure». *Otechestvennyye zapiski*, 4. (in Russian).

Averkin, M.G., Matveeva, Yu.S. (2007). The role of club subcultures in the formation of the space of youth communications. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo. Sotsial'nyye nauki*, 4, 203-205. (in Russian).

Akhiezer, A.S. (2001). Archaization in Russian society as a methodological problem. *Obshchestvennyye nauki i sovremennost'*, 2. (in Russian).

Канаева Л.П., Елистратова Д.В. Демонстративное потребление как форма социального поведения молодежи // Вестник современных исследований. 2018. № 8.1 (23).

Котельникова Н.В. Инновационные тенденции в сфере молодежного досуга в современной России : автореф. дис. ... канд. социол. наук. Краснодар, 2003.

Независимая газета. 2004. 23 янв.

Немировский В.Г. Российский кризис в зеркале постнеклассической социологии. М. : ЛИБРОКОМ, 2009.

Николаева Е. Потребляющий человек путинской России // Золотой лев. 2006. № 87-88. Режим доступа: www.zlev.ru/.

Понукалина О.В. Социокультурное пространство досуга российского общества в контексте консюмеризма : автореф. дис. ... д-ра социол. наук. Саратов, 2010.

Понукалина О.В. Специфика показного потребления досуга в условиях общества постмодерна // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Социология. Психология. Философия. 2009. № 1.

Понукалина О.В. Труд и свободное время в дискурсе потребительских практик // Журнал социологии и социальной антропологии. 2011. Т. XIV, № 5 (58).

Сахно Е.Г. Власть потребления и кризис социализации // Социальный кризис и социальная катастрофа. СПб., 2002.

Смолин А. Шансон как средство общественной деградации. Режим доступа: <http://ria.ru/2011/>.

Яковенко И.Г. Новые русские. 2004. Режим доступа: <http://www.krugosvet.ru/>.

Lubsky A., Volkov Y., Vereshchagina A., Kolesnikova E., Aslanov Y. Organizational and legal aspects of patriotic practices in regional communities at the south of Russia // International Journal of Civil Engineering and Technology (IJCIET). 2018. Vol. 9, iss. 11. P. 180–189.

Kanaeva, L.P., Elistratova, D.V. (2018). Demonstrative consumption as a form of social behavior of young people. *Vestnik sovremennyh issledovaniy*, 8.1 (23). (in Russian).

Kotelnikova, N.V. (2003). Innovative trends in youth leisure in modern Russia (Abstract, Candidate Dissertation, Krasnodar).

Nezavisimaya gazeta (2004), Jan. 23.

Nemirovsky, V.G. (2009). Russian crisis in the mirror of post-non-classical sociology. M.: LIBROKOM.

Nikolaeva, E. (2006). Consuming Man of Putin's Russia. *Zolotoy lev*, 87-88. Available at: www.zlev.ru/ (in Russian).

Ponukalina, O.V. (2010). Socio-cultural leisure space of Russian society in the context of consumerism (Abstract, Doctoral Dissertation, Saratov).

Ponukalina, O.V. (2009). Specificity of conspicuous consumption of leisure in the conditions of postmodern society. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo. Sotsiologiya. Psikhologiya. Filosophiya*, 1. (in Russian).

Ponukalina, O.V. (2011). Labor and free time in the discourse of consumer practices. *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noy antropologii*, XIV, 5 (58). (in Russian).

Sakhno, E.G. (2002). The power of consumption and the crisis of socialization. *Sotsial'nyy krizis i sotsial'naya katastrofa*. SPb.

Smolin, A. Chanson as a mean of social degradation. Available at: <http://ria.ru/2011/>.

Yakovenko, I.G. (2004). New Russians. Available at: <http://www.krugosvet.ru/>.

Lubsky, A., Volkov, Y., Vereshchagina, A., Kolesnikova, E., Aslanov, Y. (2018). Organizational and legal aspects of patriotic practices in regional communities at the south of Russia. *International Journal of Civil Engineering and Technology (IJCIET)*, 9, 11, 180-189.

Поступила в редакцию

5 июня 2019 г.