

Таким образом, считая средний класс более устойчивой частью любого общества, многие исследователи прогнозируют, что на сегодняшний день главным создателем современного финансового процесса России будет средний класс. Именно средний класс России помимо бюрократического аппарата остается гарантом общественной и политической прочности. Отличаясь возвышенной образовательной степенью и компетентностью, общественной и финансовой энергичностью, присутствием вещественных активов, именно средний класс обеспечивает и будет обеспечивать финансовое постоянство и реструктуризацию бизнеса и занятости. Поэтому перспективы развития среднего класса мы оцениваем достаточно высоко.

### **Библиографический список**

1. Семёнов Ю. И. Марксова теория общественно-экономических формаций и современность. М., 1998.
2. Кравченко А. И. Социология : учебник для высш. учебн. учрежд. М., 2016.
3. Авраамова Е. М. Новые вызовы расширению российского среднего класса. М., 2017.
4. Копкин А. Ю. Средний класс в российском обществе: трудности и перспективы формирования // Молодежный научный форум: общественные и экономические науки : электр. сб. ст. по мат. XXXIX Междунар. студ. науч.-практ. конф. М., 2016. № 10 (39).
5. Левинсон А. Российский средний класс и кризис. М., 2015.
6. Локосов В. В. Перспективы среднего класса в современном российском обществе // Известия. Гум. науки. М., 2016. № 1.
7. Беляева Л. А. Средний класс: проблемы формирования и развития в России // Мир России. М., 2015. Т. 5. № 2.
8. Беляева Л. А. И вновь о среднем классе России // Социологические исследования. М., 2016. № 5.

*Е. А. Федулова (Барнаул)*

## **СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ТЕОРИИ ПОТРЕБЛЕНИЯ**

*Научный руководитель — А. Н. Домашев*

Тема потребления рассматривалась только в экономических науках вплоть до XIX в. и только в качестве предпосылки для достижения целей в производстве. С началом XIX в. были заложены основы социологического подхода, связанного с изучением индивидуального

потребления. Также вопрос потребления начал интересовать историков, антропологов и культурологов. Это расширило взгляд на потребительское поведение. В 1980-е гг. в Европе и США на кафедры маркетинга пришли работать антропологи, социологи и даже литературные критики, что естественно расширило взгляд на потребительское поведение. В результате критика традиционного подхода началась уже изнутри кафедр социологии. Возникшее направление в социологических исследованиях получило название «нового». К 1990-м гг. его право на существование было признано наряду с традиционной школой. Характерная черта нового направления — это фокус на культуру и социальные проблемы. С первыми попытками разработки теории потребления связаны имена Карла Маркса, Торстейна Веблена, Георга Зиммеля, Вернера Зомбарта, Макса Вебера.

Для начала определим понятие «потребление» с точки зрения экономики. Под потреблением обычно понимается использование полезных свойств, предметов или процессов, благодаря которым они приобретают характер блага. И это, несомненно, верно. Но к потреблению, определяемому с экономической точки зрения, следует отнести использование не всяких, а только ограниченных благ, в которые, вдобавок, вложены человеческие усилия, что отделяет эти блага от чистых продуктов природы [1, с. 5].

Согласно теории товарного фетишизма К. Маркса, люди видят в товарах некое сверхъестественное явление. На первый взгляд, товар кажется очень простой и тривиальной вещью. Его анализ показывает, что это — вещь, полная причуд, метафизических тонкостей и теологических ухищрений [2, с. 91], а производители товаров, в свою очередь, конкурируют между собой. Вследствие общественного разделения труда они являются взаимозависимыми. Благодаря связи, которая осуществляется между ними через рынок, происходит овеществление, т. е. продукт труда становится товаром. Отношения между людьми начинают принимать форму общественных отношений между товарами. Товарный фетишизм проявляется в культе денег.

Т. Веблен предложил теорию демонстративного поведения. Она подразумевает такое использование потребления, при котором человек подтверждает владением свое богатство. Мода трактуется как феномен, свойственный обществам с четкой иерархией, где она выполняет ряд функций, основная из которых — визуализация статуса и материального положения. Мотив поведения владельца (покупателя) демонстративно расточительного деяния — потребность в подчинении установленному обычаю и существованию на уровне признанных обществом норм вкуса [3, с. 73]. Т. Веблен также выде-

ляет основные инстинктивные склонности людей и относит сюда инстинкт праздного любопытства, склонность к приобретательству, набор эгоистичных склонностей, привычки, родительский инстинкт.

Г. Зиммель выдвинул социологическую теорию моды. Т. Веблен и Г. Зиммель полагали, что мода формируется в высших слоях населения. Свойством моды Г. Зиммель называет выравнивание индивидов, соединение их в группы и отделение одних групп от других. Высшие слои следуют определенной моде, тем самым они обозначают свою принадлежность к какому-то определенному кругу. Высшие слои становятся неким примером для подражания относительно низших слоев, становятся для них привлекательными. Низшие, в свою очередь, желают перенять эту моду на себя, пройти через этот символический барьер. Здесь начинает рождаться слежка за вышестоящими, которая заставляет их отказываться от прежней одежды и добиться ассоциативной причастности к вышестоящим в иерархии.

«Роскошь есть такая трата, которая выходит за пределы необходимости» — такое определение дает В. Зомбарт исследуемому феномену [4, с. 236]. В своей работе «Роскошь и капитализм» В. Зомбарт выделяет субъективную роскошь, т. е. ту, которая определяется ценностным суждением, и объективную — объясняется физиологическими и культурными потребностями человека. Также он выделил два мотива социальной деятельности, связанных с роскошью: альтруистический и эгоистический. Эгоистический подразумевает использование роскоши для себя, альтруистический — роскошь, доступная для окружающих. В. Зомбарт видит роль женщин в развитии капитализма. Мужчины пытались угодить женщине, которая требовала эгоистической роскоши и дорогих подарков. Это и поспособствовало процветанию производства, торговли, развитию ремесел и многому другому.

М. Вебер в своей концепции статусных групп выделил факторы, влияющие на неравенство людей в обществе. Он различил класс собственников, которые получают доход от собственности, добывающий класс — доход, получаемый от продажи рабочей силы, и социальный класс, включающий интеллигенцию, специалистов с высоким уровнем образования, но не имеющих своей собственности. Классовый статус он определяет по уровню обеспечения себя товарами, внешним условиям жизни и субъективной удовлетворенности.

Подводя итог, можно обратить внимание на то, что концепция Г. Зиммеля схожа с представлениями Т. Веблена. Различия в концепциях заключаются в том, что Т. Веблен выдвигает осознанное желание демонстрации богатства, а у Г. Зиммеля мода рождается от же-

лания подражать, независимо от модели поведения (является ли она демонстративной или нет).

Общим для Т. Вебера и В. Зомбарта является признание главной роли в капитализме культурно-этических факторов, а не экономических, в отличие от Маркса. Также они противопоставляли ему свои принципы.

### **Библиографический список**

1. Радаев В. В. Социология потребления: основные подходы // Социологические исследования. 2005. № 1.
2. Маркс К. Г. Капитал. Т. 1. 1867.
3. Гурова О. Ю. Социология моды: обзор классических теорий // Социологические исследования. 2011. № 8.
4. Ефимов Е. Г. Теория роскоши Вернера Зомбарта // Научный потенциал регионов на службу модернизации. Волгоград. 2011.

*М. И. Черепанова, А. А. Горбунова, Д. А. Глухверова,  
С. А. Сарыглар (Барнаул)*

## **АПОКАЛИПСИС К РЕАЛИЗАЦИИ НЕ ОБЯЗАТЕЛЕН: ПРОБЛЕМЫ ДЕМОГРАФИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ПРИГРАНИЧНЫХ РЕГИОНОВ РОССИИ<sup>4</sup>**

Представлены обобщенные результаты социологических мониторингов 2009–2018 гг. по оценке риска деструктивных тенденций в поведении населения, увеличивающих смертность разных социальных групп населения СФО. Описана взаимообусловленность разнообразных социальных условий и факторов, определяющих эскалацию рискованного аутоагрессивного поведения. Сделаны выводы о том, что рост депопуляции населения сибирского приграничья обусловлен, кроме системного кризиса, депривацией актуальных компонентов социального благополучия в жизнедеятельности населения [1, с. 88].

Актуальность демографических проблем приграничных регионов СФО обусловлена тем, что, несмотря на некоторую незначительную положительную динамику к росту населения с 2012 г. в целом по России, исследуемые в статье территории СФО продолжают тенденцию

<sup>4</sup> Работа выполнена при поддержке Министерства образования и науки РФ, проектная часть государственного задания «Транзитная миграция, транзитные регионы и миграционная политика России: безопасность и евразийская интеграция» № 28.2757.2017/4.6 (2017–2019).