

Потребительское поведение как объект социологического анализа в советской научной школе

УДК 316.3

DOI 10.26425/2658-347X-2025-8-3-24-33

Получено: 21.07.2025

Доработано после рецензирования: 02.09.2025

Принято: 09.09.2025

Сидорина Анастасия Витальевна

Директор по работе с клиентами

ORCID: 0000-0002-3405-6163

E-mail: sidnastia@yandex.ru

«РОМИР», г. Москва, Россия

Крыштановская Ольга Викторовна

Д-р социол. наук, директор

ORCID: 0000-0001-5278-0940

E-mail: olgakrysh@yandex.ru

Научный центр цифровой социологии «Ядов-центр»

Российского государственного гуманитарного университета,
г. Москва, Россия

АННОТАЦИЯ

Изучены вопросы анализа потребительского поведения как объекта социологического изучения в рамках советской научной школы социологии. Рассмотрена трансформация методологических подходов к изучению потребления в условиях плановой экономики и идеологических ограничений. Предложено провести периодизацию основных этапов изучения потребительской культуры, выделен ранний советский, послевоенный, позднесоветский и переходный этапы. Особый акцент сделан на методологической базе, характерной для того или иного периода, подчеркнута применение таких уникальных методов, как бюджетные обследования и «дневники домохозяек». Задачей исследования является реконструирование ключевых подходов советской

социологии не только к изучению потребительского поведения, но и к поиску и выявлению их эвристического потенциала для анализа современных социально-экономических процессов. Отмечен методологический и теоретический потенциал советской социологической школы для анализа таких современных социально-экономических процессов, как развитие цифровой экономики, нарастание кризисного потребления, глубокая трансформация потребительских практик. Идеологически обусловленные исследования смогли сформировать ценный теоретический и эмпирический инструментарий, который сохраняет свою актуальность и на сегодняшний день.

Ключевые слова

Кризисное потребление, дневники домохозяек, бюджетные обследования, разумные потребности, неформальные практики, символическая ценность вещей, цифровая экономика, домашняя предметная среда, образ жизни, потребительская культура

Для цитирования

Сидорина А.В., Крыштановская О.В. Потребительское поведение как объект социологического анализа в советской научной школе // Цифровая социология. 2025. Т. 8. № 3. С. 24–33.

© Сидорина А.В., Крыштановская О.В., 2025.

Статья доступна по лицензии Creative Commons "Attribution" («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Consumer behavior as an object of sociological analysis in the Soviet scientific school

Received 21.07.2025

Revised 02.09.2025

Accepted 09.09.2025

Anastasia V. Sidorina

Director of Customer Service

ORCID: 0000-0002-3405-6163

E-mail: sidnastia@yandex.ru

ROMIR, Moscow, Russia

Olga V. Kryshantovskaya

Dr. Sci. (Sociol.), Director

ORCID: 0000-0001-5278-0940

E-mail: olgakryshant@yandex.ru

Yadov-Center Research Center of Digital Sociology of the Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia

ABSTRACT

The issues of analyzing consumer behavior as an object of sociological research within the framework of the Soviet scientific sociological school have been studied. The transformation of methodological approaches to the study of consumption in the planned economy and ideological constraints has been considered. It has been proposed to carry out a periodization of the main stages of the study of consumer culture, highlighting the Early Soviet, Post-war, Late Soviet, and Transition stages. Special emphasis has been placed on the methodological basis typical for a particular period and the use of such unique methods as budget surveys and housewives' diaries. The purpose

of the study is to reconstruct the key approaches of Soviet sociology not only to the study of consumer behavior, but also to search and identify their heuristic potential for analyzing modern social and economic processes. The methodological and theoretical potential of the Soviet sociological school for analyzing such modern social and economic processes as digital economy development, the growth of crisis consumption, and the profound transformation of consumer practices has been noted. Ideologically driven research has been able to form valuable theoretical and empirical tools that remain relevant today.

Keywords

Crisis consumption, housewives' diaries, household budget surveys, rational needs, informal practices, symbolic value of goods, digital economy, domestic material environment, lifestyle, consumer culture

For citation

Sidorina A.V., Kryshantovskaya O.V. (2025) Consumer behavior as an object of sociological analysis in the Soviet scientific school. *Digital sociology*. Vol. 8, no 3, pp. 24–33. DOI: 10.26425/2658-347X-2025-8-3-24-33



ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION

Обращение к изучению потребления в советской социологии представляет собой уникальное научное наследие, сохраняющее актуальность в эпоху цифровой экономики и активной трансформации потребительских практик. Несмотря на идеологические ограничения, советскими исследователями были разработаны оригинальные методы анализа потребительской культуры – от «дневников домохозяек» до бюджетных исследований, – которые, с одной стороны, позволяли фиксировать статистику потребления в эпоху дефицита, а с другой – заложили основы понимания современных социально-экономических трансформаций и стратегий адаптации населения к этим трансформациям.

Цифровые технологии сегодня в корне трансформируют природу и характер культуры потребления. На фоне этих процессов обращение к советскому опыту позволяет выявить определенные параллели (например, неформальные сети обмена товарами находят отражение в различных формах шеринговой экономики, покупках посредством социальных сетей, а кризисные стратегии населения в советский период перекликаются с адаптационными практиками населения в условиях экономической нестабильности).

В настоящем исследовании особое внимание уделяется методологическому потенциалу социологии советского периода (в частности, использование качественно-количественных методик для изучения потребления), а также концептуальной ценности теории «разумных потребностей» и социальной дифференциации в контексте цифрового неравенства. Актуальность такого анализа обусловлена необходимостью поиска новых теоретических рамок для осмысления стремительных изменений в цифровую эпоху. Советская социология предлагает ценные инструменты для критического анализа современных платформенных экономик, где аналогичные советской эпохе противоречия между официальной нормой и реальными практиками проявляются в новых формах.

ПРОБЛЕМАТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ / RESEARCH ISSUES

Сегодня потребительское поведение становится неотъемлемой составляющей повседневных практик, а изучение повседневности – невозможным без отдельного фокуса на практики и культуру потребления. В условиях глобальных экономических кризисов, масштабирующейся глобализа-

ции при одновременной локализации, динамической трансформации потребительских рынков обращение к советскому опыту изучения потребительского поведения приобретает особую научную и практическую ценность для современной социологии.

Феномен «кризисного потребления», активно изучаемый современными социологами, находит свое присутствие еще в практиках советской эпохи, что позволяет сделать вывод об актуальности анализа методологических подходов советской социологической школы. При этом потребительское поведение в советском обществе представляло собой сложный социальный феномен, формировавшийся под влиянием плановой экономики, идеологических установок и товарного дефицита. Если в западной социологии потребление выделилось в самостоятельную область исследований, то в советской научной школе культура потребления анализировалась в контексте марксистско-ленинской парадигмы, что накладывало ограничения как с теоретической, так и методологической точек зрения.

В настоящем исследовании мы ставим своей задачей не только процесс реконструирования ключевых подходов в советской социологии к изучению потребительского поведения, но и обнаружение их эвристического потенциала для анализа современных социально-экономических процессов. Особую значимость приобретают те аспекты советского методологического наследия, которые могут быть использованы в изучении цифровой экономики, динамики кризисного потребления и новых форм социального неравенства. Такой анализ представляется особенно важным в контексте поиска новых парадигм в областях социологии, посвященных вопросам социальной структуры и социальной динамики. Советский опыт предлагает не просто исторический пример, но и концептуальный инструментарий, требующий критического осмысления и адаптации к новой социальной реальности.

ОСОБЕННОСТИ ИЗУЧЕНИЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ В СОВЕТСКОЙ СОЦИОЛОГИИ / FEATURES OF STUDYING CONSUMERISM IN SOVIET SOCIAL SCIENCE

Исследование потребительской культуры в советской социологии представляет собой сложный и противоречивый феномен, так как ее развитие проходило в условиях плановой экономики и товарного дефицита. Все это наложило свой отпечаток на характер и особенности изучения потребления в советской социологической школе.

Все исследования носили идеологически обусловленный характер: анализ потребительских практик осуществлялся в рамках марксистско-ленинской парадигмы, научный фокус был смещен на изучение «рациональных потребностей», «буржуазное потребительство» критиковалось как нечто идеологически неприемлемое, статусное и престижное потребление порицались. Идеологическая обусловленность нашла отражение и в методологической специфике изучения: в советской научной школе пользовались популярностью количественные методы (в частности, бюджетные обследования, статистический анализ), качественные методы применялись в достаточно ограниченном числе (интервью, наблюдение). Однако при этом стали получать свое распространение новые нестандартные методики изучения практик потребления, такие как «дневники домохозяек», карты учета дефицитных товаров, методики расчета «норм потребления».

Особый исследовательский интерес представляют дневники домохозяек, в которых фиксировались реальные покупки и расходы семей. На ежедневной основе велась запись всех покупок с указанием мест покупки, цены, способа получения товара (очередь, по знакомству), а также отмечались эмоциональные реакции на особенности процесса приобретения товара. Дневники позволили выявить скрытые практики потребления (например, около 30–40 % товаров приобретались у спекулянтов или по знакомству), проанализированы региональные различия в потреблении (в Москве и Ленинграде доступ к товарам был лучше, чем в провинции, а сельские жители чаще использовали натуральный обмен). Дневниковые обследования выявляли гендерные отличия в потреблении: так, женщины тратили в три–четыре раза больше времени на покупки, чем мужчины, также именно женщины чаще участвовали в неформальных сетях товарного распределения.

В продолжение темы особенностей изучения потребительских практик в советской научной школе важно обозначить институциональные ограничения: социология потребления как дисциплина отсутствовала, а все исследования на данную тематику проводились в рамках экономической социологии, социологии быта и демографии. Кроме того, исследования зачастую носили закрытый характер.

Советский период характеризовался рядом тематических приоритетов: фокус на изучении дефицита (анализ очередей как социального феномена, исследование неформальных каналов распределения, адаптационные стратегии населения), бюджетные обследования (динамика

доходов и расходов семей, региональные отличия в потреблении, социальная дифференциация потребительских практик), критика «вещизма», вопросы «разумного потребления и разумных потребностей», понятие «социалистического образа жизни».

Исследование потребительских практик в тот период характеризовалось отсутствием потребительского выбора, смещением с потребительской стороны экономики на производственную, замена категории «спрос» на «потребности населения». При этом эмпирические исследования вышеобозначенной тематики нашли свое отражение в создании системы мониторинга потребительского рынка, разработке социальных норм потребления, а также накоплении уникальных данных о структуре семейных бюджетов, динамике потребительских цен, товарных предпочтениях населения.

ПЕРИОДИЗАЦИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ / RESEARCH PERIODIZATION

Эволюция социологии потребления тесно связана с эволюцией советского общества и советской социологии. Становление социологического анализа потребления в Советском Союзе (далее – СССР) прошло несколько этапов и отражает сложные трансформационные процессы, затронувшие общество на протяжении XX в. и XXI в.

1. Ранний советский период (1920–1930-е гг.), который ознаменован зарождением исследований в условиях революционных преобразований. Этот период характеризуется формированием плановой экономики и борьбой с «буржуазными пережитками», ликвидацией частной торговли. Основные исследования на данном этапе – это бюджетные обследования, критика «мещанского быта», идеологический контроль.

2. Послевоенный период (1940–1960-е гг.) является периодом восстановления и первых шагов к институционализации социологии потребления. В это время происходит ослабление идеологического давления, и мы наблюдаем возрождение эмпирических исследований. Именно в этот период появляются термин «разумные потребности» и первые работы, посвященные вопросам товарного дефицита.

3. Позднесоветский период (1970–1980-е гг.) отличается усилением товарного дефицита, ростом теневой экономики. При этом период становится временем активного развития прикладной социологии в СССР. Формируются первые научные школы Москвы, Ленинграда, Новосибирска, в фокус научного изучения попадают

разного рода неформальные практики (очереди, блат, фарцовка), появляются новые методики исследований (дневники домохозяек, панельные опросы), развивается направление социологии дефицита.

4. Переходный период (1990-е гг.) – этот период можно охарактеризовать как период кризиса и переосмысления: происходит распад СССР, возникает явление гиперинфляции, в социальной структуре наблюдается резкое социальное расслоение, возникает рыночное потребление как феномен. Исследования в этот период характеризуются отказом от советской терминологии (вместо «разумных потребностей» – «потребительский выбор»), возникает необходимость в изучении абсолютно новых феноменов того времени (коммерческие магазины, западные товары, реклама), анализируются кризисные стратегии населения (в частности, бартер, натуральное хозяйство).

Переходный период плавно трансформируется в современный, который характеризует уже российскую, а не советскую социологическую действительность и заслуживает отдельного исследовательского внимания. Именно в силу этого анализ периода не вошел в аналитический обзор данной статьи, однако стал предметом отдельных исследований авторов.

РАННИЙ СОВЕТСКИЙ ПЕРИОД / EARLY SOVIET PERIOD

В первые послереволюционные десятилетия изучение потребления развивалось в условиях радикальной трансформации экономики: происходила ликвидация рыночных механизмов, активно вводилась новая экономическая политика, происходил переход к плановой экономике, формировалась карточная система распределения. Все это нашло свое отражение в характере научных исследований, которые определялись марксистской парадигмой и отличались классовым подходом в изучении потребительской культуры, которая была производной классового положения. Этот период в развитии социологии потребления отличался эмпирическим характером в силу того, что изучение потребительских практик выступало инструментом социальной политики государства. Последний факт определял доминирующие методы исследований – экономико-статистические. Изучение потребления осуществлялось через Центральное статистическое управление (далее – ЦСУ), научные учреждения, в частности Институт экономики Коммунистической академии, Конъюнктурный

институт Народного комиссариата финансов СССР, а также посредством партийных и профсоюзных обследований, которые изучали быт рабочих и осуществляли мониторинг цен и зарплат.

Основные исследовательские направления – бюджетные обследования, которые изучали потребление основных продуктов, долю питания в бюджете, траты на промтовары, критика «буржуазного потребления», ставившая целью дать научное обоснование «аскетическим нормам» потребления, развивавшая концепцию «коллективизированного потребления», а также ведущая борьбу с «мещанским бытом». Еще одно из направлений исследований того периода – это проблема товарного дефицита, которая ставила задачами изучение дисбалансов снабжения, сравнение карточных и коммерческих цен, изучение «очередного поведения».

Особую ценность представляют бюджетные обследования, которые стали ключевым источником данных о реальном уровне жизни и потребления населения того времени. Данные активно применялись в государственном планировании и управлении, в том числе для планирования норм снабжения.

Исследованиями в этот период занимались статисты и экономисты. Первое сравнение бюджетов рабочих, крестьян и дореволюционных классов провел С.Г. Струмилин в работе «Проблемы экономики труда» [Струмилин, 1925]. Ученый выявил, что более 75 % всех расходов рабочих приходится на продукты питания, а вот на культурные нужды – менее 3 % от всего бюджета. Потребительские практики населения изучал также А.В. Чаянов, который выявил циклический характер потребления с ярко выраженными сезонными колебаниями, а также доминирование «натуральных» форм потребления [Чаянов, 1929]. Вопросы дифференциации доходов в деревне изучал В.С. Немчинов, пытаясь проанализировать причины социального расслоения [Немчинов, 1967].

Особый интерес представляют работы Е.О. Кабо, который анализировал потребление не только как экономическое явление, но и как культурно-воспитательное [Кабо, 1928]. Ученый применял качественные исследования для изучения рабочих семей Москвы.

С 1930-х гг. независимые исследования постепенно прекращаются, а данные начинают корректироваться в идеологических целях. Исследования полностью переходят в руки Центрального статистического управления (далее – ЦСУ), публикующего регулярные отчеты о росте благосостояния населения.

Исследования потребления раннего советского периода отличались идеологической обусловленностью, отсутствием фокуса на субъективные факторы, непризнание символической ценности вещей. При этом именно в данный период заложены основы системы статистического учета потребления, активно формировался методический аппарат бюджетных исследований, сформирована историческая база для сравнения уровня жизни.

ПОСЛЕВОЕННЫЙ ПЕРИОД / POST-WAR PERIOD

Послевоенный период характеризуется трансформацией степени идеологического давления, что было обусловлено историческим контекстом послевоенной разрухи, введением карточной системы и начавшейся «оттепелью» в середине 1950-х гг. В этот период наблюдаются частичная либерализация, рост интереса к социологии, постепенное повышение уровня жизни, появление новых товаров. Растет число эмпирических исследований. Изучение потребления осуществлялось через систему государственных учреждений: ЦСУ, проводившее ежегодные бюджетные обследования, академические институты (сектор трудовых ресурсов Института экономики Академии наук СССР), Лаборатория экономико-математических методов, научно-исследовательские институты при Госплане, ведомственные организации (Научно-исследовательский институт торговли и общественного питания, Институт экономики и строительства).

Основные направления исследований того периода – это бюджетные обследования семей, которые ставили своей задачей анализ структуры доходов и расходов, изучение динамики потребления основных товарных групп и дифференциации по социальным группам, сравнение городского и сельского потребления. Особое развитие получила теория «разумных потребностей», которая ставила своей задачей дать научное обоснование потребительским стандартам, рассчитывала физиологические нормы питания, а также разрабатывала социальные нормативы. На данном этапе появляются работы, посвященные товарному дефициту, исследующие адаптационные стратегии населения и делающие анализ и оценку эффективности системы распределения.

С точки зрения методологической базы послевоенный период характеризовался использованием как количественных методов сбора информации (статистический анализ бюджетных данных,

выборочные обследования), так и качественных, которые начали активно применяться с середины 1950-х гг. (анкетирование, интервью, наблюдение). При этом сохраняется запрет на изучение «теневых» потребительских практик, отсутствует теоретическая база эмпирических исследований.

1960-е гг. можно назвать периодом ренессанса социологии. Б.М. Фирсов и Б.З. Докторов называют этот период вторым рождением социологии [Фирсов, 2001; Докторов, Козлова, 2009]. Социология становится именно той дисциплиной, которая способна отразить и проанализировать динамические трансформационные процессы действительности. Потребление в отдельную дисциплину не выделяется, однако в конце десятилетия появляются первые публикации на тему потребления в русле социологических изданий.

Изучение потребления того периода фокусируется на двух ключевых темах. Первая – это анализ поколений, которая нашла свое воплощение в публикациях Б.А. Грушина и В.В. Чикина «Лицо поколения», «Исповедь поколения», а также в книге Б.А. Грушина «Четыре жизни России в зеркале опросов общественного мнения, очерках массового сознания россиян времен Хрущева, Брежнева, Горбачева и Ельцина в четырех книгах (например, «Жизнь 1-я “Эпоха Хрущева”», которая вышла в 2001 г. на основе материалов исследований 1960-х гг.) [Грушин, Чикин, 1961; Грушин, Чикин, 1962; Грушин, Чикин, 2001]. Данное исследование в центр своего научного интереса поместило вопросы поколенческого характера, в том числе через призму разницы потребительской культуры.

Вторая тематика в изучении потребления того времени была нацелена на критическое сравнение капиталистического и социалистического обществ. Это направление нашло свое отражение в работе Н. Жилиной и Н. Фроловой «Проблемы потребления и воспитание личности», в фокусе которой находится тема массового потребления и ее роли в процессе формирования личности советского гражданина [Жилина, Фролова, 1969]. Сохраняют свою актуальность и бюджетные обследования. Т.И. Заславская в 1960–1970-е гг. изучала бюджеты сельского населения. Ю.А. Левада анализировал особенности потребления в городской среде при помощи опросных механик. Бюджетными обследованиями занимался В.Н. Шубин, который посвящал свои работы вопросам молодежи и изучал бюджеты молодых семей [Шубин, 1970].

Данный период в изучении потребления все же сохраняет на себе влияние идеологических рамок, однако именно в это время появляются

первые попытки применения качественных методов в исследованиях, получают свое развитие междисциплинарные подходы в изучении потребительских практик, продолжают накапливаться уникальные данные о послевоенном потреблении.

ПОЗДНЕСОВЕТСКИЙ ПЕРИОД / LATE SOVIET PERIOD

В позднесоветский период мы наблюдаем противоречивые тенденции: с одной стороны, официальная статистика о повышении благосостояния, а с другой – нарастающий товарный дефицит, расцвет «теневой экономики» и неформальных практик потребления. В социологической среде происходит частичная либерализация исследований при одновременном сохранении контроля. Организационная структура исследований включала академические институты (Сектор социальных проблем потребления СИС Академии наук СССР, Отдел уровня жизни Научно-исследовательского института труда Государственного комитета по труду и социальным вопросам СССР, Научно-исследовательский институт ЦСУ СССР), ведомственные организации (Всесоюзный научно-исследовательский институт конъюнктуры спроса), Научно-исследовательский институт торговли и общественного питания, Центр по изучению спроса Министерства торговли СССР), региональные центры (Новосибирская экономико-социологическая школа, Ленинградские исследования домашних хозяйств, Прибалтийские исследования качества жизни).

С точки зрения теоретических разработок в этот период получают свое развитие концепция «разумных потребностей», теория социально-нормативных потребностей, анализ потребительских инноваций. При этом не меньшей популярностью пользовались эмпирические исследования, посвященные изучению темы дефицита и адаптационных стратегий населения в отношении него: анализ очереди как социального феномена в работах Ю. Левады, анализ неформальных каналов распределения, изучение потребительских ожиданий В.И. Староверовым [Левада, 1993; Староверов, 1975].

Вторая значимая тема социологических исследований потребления того периода посвящена вопросам социальной дифференциации. В рамках данного направления проводились сравнительные исследования города и села с точки зрения практик потребления, анализировались особенности потребления в различных социальных группах, изучалась региональная специфика явления.

Одной из ключевых тем того времени становится тема качества жизни, в рамках которой разрабатывается система социальных индикаторов, исследуются вопросы удовлетворенности потребительским рынком, анализируются потребительские предпочтения. Качество жизни ставит необходимость введения в оборот категории «образ жизни». Образ жизни рассматривается как совокупность видов деятельности в сфере труда, потребления, быта [Авраамова, Барсукова, Копнина и др., 1988].

В конце 1970-х гг. проводится значительное число эмпирических обследований, посвященных вопросам образа жизни крупного города. Одна из ключевых работ того времени, посвященная данной теме, – это сборник «Образ жизни населения крупного города: комплексное социальное исследование» (Человек и общество, 1988, выпуск XXIII) [Бороноев, 2008]. Данное исследование развивает мысль о том, что в стране одновременным образом существуют различные образы жизни, которые не соответствуют нормативной модели. В фокусе внимания ученых был уклад жизни не только городского, но и сельского населения [Рывкина, 1979].

Тема многообразия образов жизни получила свое развитие в рамках второй волны лонгитюдного исследования «Таганрог-II» (1977–1978) под руководством Н.М. Римашевской. Исследование показало, что дефицит товаров и неравная степень доступа к ним привели к существенному социальному расселению населения, что позволяет сделать вывод об отсутствии равенства всех граждан, в том числе в рамках сферы потребления [Римашевская, Левкова, 1978].

В русле изучения потребительских практик особой популярностью пользовалась тема изучения домашней предметной среды, которая рассматривалась как часть повседневного мира человека. Этому направлению исследований были посвящены работы эстонских ученых М.Х. Титма и Т.И. Сильдмяз [Титма, Сильдмяз, 1979]. Предметная среда не является однородной у разных групп населения – напротив, она дифференцирована, и фактором дифференциации выступает не только уровень дохода, но и сам образ жизни. Отсюда стала развиваться мысль о том, что существенным фактором в процессе формирования культуры потребления становится образ жизни [Протасенко, 1985].

В этот период также начинают появляться исследования, посвященные теме моды в советской социологии. Концепция моды получила свое развитие благодаря советскому социологу А.Б. Гофману, который рассматривал моду как

объединения стандартов, объектов моды, а также модных значений [Гофман, 1980].

Этот период в изучении потребления является важным, так как эмпирические исследования начинают сопровождаться университетской институционализацией социологии, которую включают в перечень университетских дисциплин [Здравомыслов, 2007].

ПЕРЕХОДНЫЙ ПЕРИОД / TRANSITION PERIOD

С конца 1990-х гг. начинается новый этап в изучении темы потребления в социологии, который знаменует переход к уже не советской, а российской социологии. 1990-е гг. стали временем радикальных изменений в обществе, что нашло свое отражение в научных фокусах в изучении культуры потребления. Этот период становится этапом отказа от плановой экономики и переходом к рыночному регулированию, развивается гиперинфляция, в социальной среде происходит резкий рост неравенства, появляются абсолютно новые феномены, требующие изучения и осмысления, – коммерческие магазины, феномен западных брендов, реклама и маркетинг, «челночная» торговля.

Основные направления исследований того периода сфокусированы на стратегиях населения по адаптации к гиперинфляции (бартер, натуральное хозяйство, запасание товаров, отказ от долгосрочных покупок), анализ «челночного» бизнеса как новой формы потребления, изучение феномена «новых русских» [Котельникова, 1995; Данилова, 1997].

Значительное число исследований было посвящено вопросам социального неравенства: рост дифференциации доходов, формирование новых потребительских классов (олигархия, зарождение среднего класса, появление маргинальных групп населения), изучение темы бедности [Римашевская, 1996; Гордон, 1994]. Отдельное развитие в изучении потребительских практик переходного периода получает тема коммерциализации потребления – это изучение рекламы и массовой культуры, трансформации структуры спроса, появление потребительского кредита как нового социально-экономического феномена [Журавлев, 1998; Левада, 1996].

В этот период происходит смещение в изучении потребления не только с точки зрения тематики исследований, но и с точки зрения методик: активное развитие получают западные методики, такие как фокус-группы, анализ брендов. Появляются новые источники данных – службы,

которые специализируются на проведении социологических и маркетинговых исследований, занимаются рыночной аналитикой.

Переходный период в изучении потребления в советской социологии характеризуется разрывом с советскими традициями, появлением новых тем исследования в силу динамичной трансформации общества и всей социальной реальности, активной методологической модернизацией науки и привнесением западных подходов. Именно эти изменения заложили основу для современной социологии потребления в Российской Федерации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ / CONCLUSION

Изучение потребительской культуры в русле советской социологической школы представляет собой уникальный пример научного анализа, который был сформирован в условиях идеологических ограничений. Однако, несмотря на рамки марксистско-ленинской парадигмы, советскими учеными были разработаны оригинальные методики изучения потребления, которые сохраняют свою актуальность и на сегодняшний день. Советской социологией предложены инновационные подходы к анализу товарного потребления внутри одной семьи («дневники домохозяек», бюджетные обследования), которые в адаптированном виде применяются и в современных эмпирических исследованиях. Наследие данного периода представляет собой демонстрацию ценности сочетания количественно-качественных методик для эффективного изучения того или иного социального явления.

Концепции «разумных потребностей», «кризисного потребления» и социальной дифференциации заложили основы изучения вопросов социальной дифференциации и механизмов адаптации различных социальных групп к экономическим, социальным и политическим флуктуациям. Переходный период 1990-х гг. показал, как советские модели изучения потребительских практик населения трансформировались в современные концепции и подходы, имея под собой накопленную как теоретическую, так и эмпирическую базу. Изучение темы потребления в советской социологии, несмотря на общую идеологическую ангажированность, оставило в наследство ценный теоретический и методологический инструментарий для анализа потребительской культуры. Критическое осмысление наследия советской социологии способно обогатить современные исследования в контексте глобальной нестабильности и развития новых форм социального неравенства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Авраамова Е.М., Барсукова Р.Т., Копнина В.Г. и др. Народное благосостояние: тенденции и перспективы. М.: Наука; 1988. 253 с.
- Бороноев А.О. Социологические исследования в Ленинграде – Санкт-Петербурге (1960–1990-е годы). Социологические исследования. 2008;6:64–69.
- Гордон Л.А. Социальные эффекты и структура бедности в современной России. Социологические исследования. 1994;1:5–16.
- Гофман А.Б. Ценности в структуре моды. Социологические исследования. 1980;4:59–64.
- Грушин Б.А., Чикин В.В. Лицо поколения. М.: Правда; 1961. 64 с.
- Грушин Б.А., Чикин В.В. Исповедь поколения. М.: Правда; 1962. 248 с.
- Грушин Б.А., Чикин В.В. Четыре жизни России в зеркале опросов общественного мнения. Очерки массового сознания россиян времен Хрущева, Брежнева, Горбачева и Ельцина в четырех книгах. Жизнь 1-я «Эпоха Хрущева». М.: Прогресс-Традиция; 2001. 619 с.
- Данилова Е.Н. Социальная идентичность в кризисном обществе. М.: Институт социологии РАН; 1997. 144 с.
- Докторов Б., Козлова Л. «Телескоп» смотрит в прошлое. Беседа об изучении истории современной российской социологии. Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований. 2009;1:2–15.
- Жилина Л.Н., Фролова Н.Т. Проблемы потребления и воспитание личности. М.: Мысль; 1969. 175 с.
- Журавлев И.В. Реклама в системе массовой культуры переходного общества. Социологические исследования. 1998;8:73–81.
- Здравомыслов А.Г. К вопросу о периодизации социологии в России. Журнал социологии и социальной антропологии. 2007;3:38–51.
- Кабо Е.О. Очерки рабочего быта. Т. 1. М.: Издательство Всесоюзного центрального совета профессиональных союзов; 1928. 250 с.
- Котельникова З.В. Челночный бизнес в России: новая форма экономической адаптации. Социологические исследования. 1995;10:45–53.
- Левада Ю.А. Человек в очереди. Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения. 1993;5:14–19.
- Левада Ю.А. Кредит и доверие в меняющемся обществе. Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения. 1996;4:7–13.
- Немчинов В.С. Избранные произведения: в 6 т. Т. 2: Сельскохозяйственная статистика с основами общей теории. М.: Наука; 1967. 508 с.
- Протасенко Т.З. Основные характеристики материального благосостояния (опыт выборочного исследования). Социологические исследования. 1985;3:101–110.
- Римашевская Н.М., Левкова Л.А. О методах выявления устойчивых типов потребления. Социологические исследования. 1978;2:133–142.
- Римашевская Н.М. Социальные последствия экономических трансформаций в России. Социологические исследования. 1996;6:55–65.
- Рывкина Р.В. Образ жизни сельского населения: методология, методика и результаты изучения социально-экономических аспектов жизнедеятельности. Новосибирск: Наука; 1979. 352 с.
- Староверов В.И. Потребительские ожидания как фактор формирования спроса. Вестник статистики. 1975;8:35–42.
- Струмилин С.Г. Проблемы экономики труда. М.: Вопросы труда; 1925. 344 с.
- Титма М.Х., Сильдмяз Т.И. Факторы формирования домашней предметной среды. Социологические исследования. 1979;3:108–115.
- Фирсов Б.М. История советской социологии 1950–1980-х годов: курс лекций. СПб.: Издательство Европейского университета; 2001.
- Чаянов А.В. Бюджеты крестьян. М.: Центральное статистическое управление; 1929. 128 с.
- Шубин А.В. Социологические опыты. М.: Мысль; 1970. 207 с.

REFERENCES

- Avraamova E.M., Barsukova R.T., Koptina V.G. et al. National welfare: trends and prospects. Moscow: Nauka; 1988. 253 p. (In Russian).
- Boronoiev A.O. Sociological research in Leningrad – St. Petersburg (1960–1990s). Sociological research. 2008;6:64–69. (In Russian).
- Chayanov A.V. Budgets of peasants. Moscow: Central Statistical Office; 1929. 128 p. (In Russian).
- Danilova E.N. Social identity in a crisis society. Moscow: Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences; 1997. 144 p. (In Russian).
- Doktorov B., Kozlova L. “Telescope” looks into the past. A conversation about the study of history of modern Russian sociology. Telescope: Journal of Sociological and Marketing Research. 2009;1:2–15. (In Russian).
- Firsov B.M. History of Soviet sociology in the 1950s and 1980s: a course of lectures. St. Petersburg: European University Publ. House; 2001. (In Russian).

- Gordon L.A.* Social effects and structure of poverty in modern Russia. Sociological research. 1994;1:5–16. (In Russian).
- Gofman A.B.* Values in fashion structure. Sociological research. 1980;4:59–64. (In Russian).
- Grushin B.A., Chikin V.V.* Face of the generation. Moscow: Pravda; 1961. 64 p. (In Russian).
- Grushin B.A., Chikin V.V.* Confessions of the generation. Moscow: Pravda; 1962. 248 p. (In Russian).
- Grushin B.A., Chikin V.V.* Four Lives of Russia in the mirror of public opinion polls. Essays on the mass consciousness of Russians during the times of Khrushchev, Brezhnev, Gorbachev, and Yeltsin in four books. Life of the 1st “Khrushchev Era”. Moscow: Progress-Tradition; 2001. 619 p. (In Russian).
- Kabo E.O.* Essays on labor life. Vol. 1. Moscow: All-Union Central Council of Trade Unions Publ. House; 1928. 250 p. (In Russian).
- Kotelnikova Z.V.* Shuttle business in Russia: a new form of economic adaptation. Sociological research. 1995;10:45–53. (In Russian).
- Levada Yu.A.* A man in the queue. Economic and social changes: monitoring public opinion. 1993;5:14–19. (In Russian).
- Levada Yu.A.* Credit and trust in changing society. Economic and social changes: monitoring public opinion. 1996;4:7–13. (In Russian).
- Nemchinov V.S.* Selected works: in 6 vol. Vol. 2: Agricultural statistics with the basics of general theory. Moscow: Nauka; 1967. 508 p. (In Russian).
- Protasenko T.Z.* Main characteristics of material well-being (selective research case). Sociological research. 1985;3:101–110. (In Russian).
- Rimashevskaya N.M., Levkova L.A.* On methods for identifying sustainable types of consumption. Sociological research. 1978;2:133–142. (In Russian).
- Rimashevskaya N.M.* Social consequences of economic transformations in Russia. Sociological research. 1996;6:55–65. (In Russian).
- Ryvkina R.V.* Rural lifestyle: methodology, methodology and results of studying social and economic aspects of life. Novosibirsk: Nauka Publ., 1979. 352 p. (In Russian).
- Shubin A.V.* Sociological experiments. Moscow: Mysl; 1970. 207 p. (In Russian).
- Staroverov V.I.* Consumer expectations as a factor of demand formation. Bulletin of Statistics. 1975;8:35–42. (In Russian).
- Strumilin S.G.* Issues of labor economics. Moscow: Voprosy truda; 1925. 344 p. (In Russian).
- Titma M.H., Sildmyae T.I.* Factors of formation of the home subject environment. Sociological research. 1979;3:108–115. (In Russian).
- Zdravomyslov A.G.* On the issue of sociology periodization in Russia. Journal of Sociology and Social Anthropology. 2007;3:38–51. (In Russian).
- Zhilina L.N., Frolova N.T.* Issues of consumption and personal education. Moscow: Mysl; 1969. 175 p. (In Russian).
- Zhuravlev I.V.* Advertising in the system of mass culture of transitional society. Sociological research. 1998;8:73–81. (In Russian).