

# 3/22

ПРЕПРИНТЫ



Д. М. Логинов, В. Н. Титов  
А. А. Салмина, М. А. Елисеева

**ПОТРЕБЛЕНИЕ, ДОСУГ,  
СОЦИАЛЬНЫЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ:  
ОБРАЗ ЖИЗНИ РОССИЯН  
В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОСТИ**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА  
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ»

**ПОТРЕБЛЕНИЕ, ДОСУГ, СОЦИАЛЬНЫЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ:  
ОБРАЗ ЖИЗНИ РОССИЯН В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОСТИ**

Под ред. Д.М. Логинова

Авторский коллектив: Д.М. Логинов, В.Н. Титов, А.А. Салмина, М.А. Елисеева

Москва 2022

## **Аннотация**

Целью исследования является выявление особенностей стиля жизни и социальных практик в сферах потребления, досуга и социальных взаимодействий, реализуемых различными группами населения в условиях нестабильности. Информационной базой исследования выступают массовые анкетные опросы, реализованные в 2021-2022 годах, каждый из которых проведен по общероссийской репрезентативной выборке. Обзор концептуально-теоретических разработок позволил классифицировать основные подходы к пониманию образа и стиля жизни в социальных науках. Анализ эмпирических данных дал возможность рассмотреть онлайн-практики потребления товаров и услуг, устоявшиеся в постпандемийный период, а также особенности потребления в условиях новых рисков 2022 года. Исследованы модели и ограничения реализуемых досуговых практик. Выявлены особенности системы социальных взаимодействий, в том числе в контексте их ресурсной значимости с точки зрения адаптационных задач.

## **Annotation**

The aim of the study is to identify the features of lifestyle and social practices in the spheres of consumption, leisure and social interactions, implemented by various groups of the population in conditions of instability. Informational base of the study is questionnaire surveys, held in 2021-2022, each of which was conducted based on all over Russia representative sample. The review of theoretical and conceptual developments allowed to classify main approaches to understanding of lifestyle in social sciences. The analysis of empirical data produced the opportunity to examine online consumption practices settled in the post pandemic period and specifics of consumption in conditions of new 2022 risks. Models and limitations of implementing leisure practices were studied. **There were studied the specifics of social interactions** system including in the context of its resource significance from the point of view of adaptational tasks.

## **Список исполнителей**

Логинов Дмитрий Михайлович, старший научный сотрудник ИНСАП РАНХиГС, канд. экон. наук, (495) 695-11-62, e-mail: loginov-dm@ranepa.ru

Титов Владимир Николаевич, ведущий научный сотрудник ИНСАП РАНХиГС, д-р экон. наук, (495) 695-11-62, e-mail: titov-vn@ranepa.ru

Салмина Алла Александровна, старший научный сотрудник ИНСАП РАНХиГС, канд. социол. наук, (495) 695-11-62, e-mail: salmina-aa@ranepa.ru

Елисеева Марина Александровна, научный сотрудник ИНСАП РАНХиГС, (495) 695-11-62, e-mail: eliseeva-ma@ranepa.ru

## Содержание

Обозначения и сокращения .....	5
Введение .....	6
1. Обзор исследований стиля жизни и социальных практик в различных социально-экономических контекстах .....	8
2. Методология исследования .....	18
3. Особенности практик потребления товаров и услуг.....	20
4. Рекреационно-досуговые практики россиян .....	30
5. Характеристика системы социальных взаимодействий населения .....	35
Заключение.....	40
Список использованных источников.....	42

## Обозначения и сокращения

в т.ч.	- в том числе
г.	- год
гос.	- государственный
д-р экон. наук	- доктор экономических наук
и т.д.	- и так далее
ИНСАП	- Институт социального анализа и прогнозирования РАНХиГС
канд. экон. наук	- кандидат экономических наук
канд. социол. наук	- кандидат социологических наук
п.п.	- процентный пункт
РАНХиГС	- Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации
Росстат	- Федеральная служба государственной статистики
СМИ	- средства массовой информации
соц.	- социальный
СССР	- Союз Советских Социалистических Республик
т.п.	- тому подобное
чел.	- человек

## Введение

Начиная с 2020-го года, российская институциональная среда оказалась подвержена существенным и разнообразным изменениям, вызванным пандемией коронавируса и ограничениями экономической и социальной активности, направленными на противодействие распространению пандемии. Эта ситуация оказалась значимым контекстом для реализуемых различными группами населения социальных практик (как вновь формируемых, так и уже ставших новой нормой стиля жизни) в условиях, с одной стороны, внешних ограничений, а, с другой стороны, расширившихся информационных возможностей. Сфокусированное рассмотрение реализуемых социальных практик и особенностей стиля жизни приобретает особую актуальность в условиях динамичных изменений, вызванных как пандемией и ее последствиями, так и потенциалом новой нестабильности, ставшим актуальным начиная в весны 2022-го года. Подобные условия, как подтверждают результаты ранее проведенных исследований, по-разному воспринимаются различными группами населения и имеют различное влияние на реализуемые ими социальные практики.

Цель исследования состоит в выявлении особенностей стиля жизни и социальных практик в сферах потребления, досуга и социальных взаимодействий, реализуемых различными группами населения в условиях нестабильности. В исследовании решается ряд задач, и первая из них состоит в анализе концептуально-теоретических подходов к исследованию стиля и образа жизни.

Практические задачи реализованы на основе специально разработанной методологии, предполагающей сбор, обработку и анализ эмпирической информации, полученной в ходе реализации массовых анкетных опросов населения. В работе использованы данные опросов, реализованных по репрезентативной для взрослого населения России выборке, в марте 2021 года (3569 респондентов), марте 2022 года (1630 респондентов), апреле 2022 года (5018 респондентов) и в июне 2022 года (1617 респондентов).

Анализ эмпирических данных позволил рассмотреть онлайн-практики потребления товаров и услуг, устоявшиеся в постпандемийный период, а также особенности потребления в условиях новых рисков 2022 года. Проведен анализ реализуемых досуговых практик, в том числе с учетом социально-демографической диф-

ференциации групп населения. Выявлен уровень удовлетворенности реализуемой деятельностью в сфере досуга, рассмотрена актуальность ограничений в этой сфере в текущих социально-экономических условиях. Направлением анализа выступали также особенности системы социальных взаимодействий, в том числе в контексте их ресурсной значимости с точки зрения адаптационных задач.



## **1. Обзор исследований стиля жизни и социальных практик в различных социально-экономических контекстах**

Латинский термин «modus vivendi» означает образ жизни с точки зрения ценностей и поведенческих практик. Образ жизни связан с деятельностью людей, с тем, как они осваивают определенные ценности, приобретают и выражают свою индивидуальность, взаимодействуют с отдельными социальными группами, проживают свою жизнь и реализуют свой выбор. В Кембриджском социологическом словаре Н. Стивенсон определяет стиль жизни как особый образец действия и культуры, разделяющий людей [1].

Понятие «образ жизни» восходит к методологической традиции культурной антропологии, в рамках которой изучалась совокупность относительно устойчивых практик, образа мышления, присущих той или иной этнической общности. В связи с этим С. Градиль пишет: «...концепция образа применяется в социальных условиях с ограниченной свободой выбора. Эмпирические данные показывают, что относительно большое разнообразие стилей жизни для многих людей существует только в современных обществах...» [2]. Понятие же «стиль жизни» вошло в оборот в рамках социологии, которая с самого начала занималась проблематикой характера повседневных практик, реализуемых представителями тех или иных социальных групп, классов, слоев в различных условиях проживания, как правило, в условиях городских поселений. Образ жизни характеризует целостное состояние общности, ее гомогенность, структурную и культурную устойчивость, воспроизводимые во времени. В целом образ жизни отличает коллективистский паттерн культуры. Стиль жизни, напротив, в большей степени соотносится с индивидуалистической культурой, свойственной урбанизированной среде. Образ жизни, таким образом, фактически не может быть выбран, человек оказывается просто включенным в него, проходя последовательно через ряд строго установленных в рамках культуры этапов социализации. Термин «стиль жизни» достаточно активно используется как в социальной антропологии, социологии, так и при проведении исследований и сегментации рынка. Среди прочих критериев (демография, уровень доходов, социальный класс и т.п.) «образ жизни» (стиль жизни) нередко используется в качестве комплексного показателя, включающего как объективные социально-демографические критерии, так и субъективные переменные (мнения, установки, ценности), позволяющие выделять определенные группы потребителей для формирования целевого предложения.

С начала появления и развития социологии ее классические представители прямо или косвенно стали рассматривать тему «образа жизни». Так К. Маркс первым связал тему образа жизни с классовой позицией, которая определяется материальными условиями существования, отношениями собственности на средства производства. В данном случае материальные и социальные условия существования непосредственно детерминируют такие составляющие образа жизни как трудовые практики, мировоззрение, чувства людей, занимающих определенные позиции в сложившейся системе разделения труда. При этом образ жизни, определяемой классовой позицией, формируется под влиянием традиции и воспитания [3].

В начале XX века проблематика образа жизни с точки зрения анализа классовой структуры капиталистического общества была детально рассмотрена с точки зрения институциональной теории Торстейном Вебленом в монографии «Теория праздного класса» [4]. Придерживаясь эволюционной концепции формирования социальных институтов, Веблен утверждает, что встроенный механизм естественного отбора и конкуренции неизбежно приводит к «хищнической» стадии функционирования и развития общества, которая характеризуется проявлением агрессивных воинских добродетелей, завистливым сравнением. Особенности образа жизни «праздного класса», описываемого через обычаи, привычки, образ мышления, становятся основным предметом критического исследования у Веблена. В центре анализа образа жизни «праздного класса» оказывается такая составляющая, как потребление, которое характеризуется как «демонстративное потребление». Образ жизни и скрытый культ «демонстративного потребления» становится своего рода идеологией и способом легитимизации позиции «праздного класса».

В социологии Э. Дюркгейма образ жизни трактуется в рамках типов социальной организации жизни – общества «механической солидарности» и общества «органической солидарности». При этом Дюркгейм отмечает, что типы социальной солидарности связаны между собой законом эволюционного развития от простых форм к более сложному, в основе которого лежит механизм разделения общественного труда [5]. Тип механической солидарности предполагает низкий уровень разделения труда и социальной дифференциации, а социальные связи образуются на основе общей религии, общих духовных практик, унитарной морали, отсутствия личного и индивидуального начала. Подобная гомогенная общность предполагает соответствующий слабо дифференцированный и целостный образ жизни, отсутствие

инновационных практик, поиска, свободы выбора своего места в жизни и социальной идентичности.

В концепции Ф. Тенниса при сходстве описания «общины» (Gemeinschaft) и «общества» (Gesellschaft) предпочтение отдается такой форме социальной организации, как «община» [6]. Каждый из выделенных типов социальной организации определенным образом оказывает влияние на образ жизни. Так, например, «община», основанная на родовых отношениях, обладает свойствами коммунитарного сообщества, где люди совместно проживают на определенной территории, обладают общей идентичностью, оказывают друг другу помощь в бытовых вопросах, тесно сплочены благодаря общей духовной жизни, решают совместно вопросы на основе неких механизмов прямой демократии. Фактически концепция Тенниса заложила фундамент под теорию модернизации с ее исходным противопоставлением традиционное/современное общество. Если включенность человека в общину обусловлена прежде всего кровно-родственными связями, которые порождают отношения естественной непосредственности, эмоциональной привязанности, то в рамках общества связи выстраиваются на основе сложной совокупности статусно-ролевых позиций, которые занимает индивид в социальном пространстве взаимодействий, а также рациональных подсчетов выгод и издержек. Идеальные типы, выделенные Теннисом, позволяют говорить о целом ряде оппозиционных пар признаков, которые связаны с этими типами: формальное/неформальное, индивидуальное/коллективное, личное/безличное, эмоциональное/рациональное и т.п. Каждый из идеальных типов предполагает возможность реконструировать различные модели образа жизни, включающие мировоззренческие установки, идентичности, привычки, обычаи, нравы и т.п.

Особого внимания при рассмотрении образа жизни в работах классиков социальной мысли заслуживает теория М. Вебера, которого, как известно, интересовала, прежде всего, проблема различий между цивилизациями с точки зрения динамики развития промышленного капитализма [7]. Ключом для понимания этого различия, с точки зрения Вебера, является принцип «рациональности», которым пронизаны все сферы функционирования западного общества и который отсутствует в других цивилизациях. Олицетворением рациональной капиталистической системы стала социальная фигура «буржуазии».

Современному образу жизни, сформировавшемуся на Западе под влиянием распространения этики протестантизма, длительное время противостоял традиционный, состоявший в приверженности установке трудиться ровно столько, чтобы обеспечить себе и семье принятый в данном обществе стандарт потребления без желания максимизировать полезность за счет мобилизации трудовых усилий и наращивания профессиональных компетенций. Причем приверженность традиционному образу жизни была присуща не только представителям рабочего класса, но также предпринимателям в эпоху перехода от феодализма к капиталистической экономике.

Понятие «стиль» или «образ жизни» М. Вебер активно использует при анализе проблемы социальной стратификации [8], когда он выделяет три категории для понимания распределения власти в обществе – «классы», «статусные группы» и «партии». Основным мотивом поведения представителя той или иной классовой позиции является экономический интерес, реализуемый на основе целерационального поведения. Статусные группы, в отличие от классовой позиции, определяются не на основе собственности на средства производства в условиях рыночной экономики, а на основе позитивно или негативно оцениваемых в рамках данного общества почестей и престижа. Таким образом, социальный статус имеет не экономическое, а преимущественно социально-культурное измерение. У Вебера отдельные статусные группы связаны с формированием и поддержанием определенного образа жизни. Образ жизни, формируемый индивидуальными социальными статусами, служит символом признания и отличия от других социально-статусных групп в обществе. Статусные группы связаны с ограничениями на взаимодействие с теми, кто не принадлежит к одной статусной группе, и в то же время поощряют более тесные отношения между людьми, принадлежащими к одному статусному сообществу.

Значительный интерес с точки зрения рассмотрения стиля жизни представляют работы другого классика немецкой социологии – Г. Зиммеля [9, 10]. Зиммель использовал термин «стиль жизни» для обозначения современной формы существования, отличающейся от более ранних периодов. Современная форма жизни становится все более безличной, гражданской, опосредованной денежными отношениями и эмоционально менее красочной. В то же время Зиммель использовал это понятие во множественном числе, чтобы указать на множество стилей, посредством которых люди сталкиваются с миром возможностей самовыражения, каждая из которых развивается в соответствии со своими собственными нормами.

Опираясь на Веблена и Вебера, Заблоски и Кантер попытались дополнить анализ «классических форм дифференциации образа жизни» в соответствии с категориями социально-экономического статуса концептуальной основой для объяснения распространения альтернативных стилей жизни, которые не связаны с социально-экономическим положением [11]. Классические формы дифференциации образа жизни подразделяются на три категории: образ жизни на основе земельной собственности, включающий как богатых землевладельцев, так и мелких фермеров; образ жизни, в котором преобладают занятия; образ жизни бедных классов, который ограничивает диапазон возможных вариантов выбора стилей. М. Собель определял образ жизни как «набор наблюдаемых поведенческих выборов, которые делают люди [12]. В его работах, как и в большинстве других трудов об образе жизни, на первый план выходит идея предпочтения или выбора в рамках ограниченного круга возможностей наряду с обязанностью выбирать. Именно благодаря этому творческому участию в нормативном порядке люди могут генерировать статус, смысл и чувство собственного достоинства [13]. Собель утверждал, что потребление, а не сфера труда, является областью, в которой можно различать образы жизни; особенно это касается американского общества, где в течение двадцатого века потребление стало основной сферой, в рамках которой можно построить самооценку и общественное признание.

Большое влияние на формирование теоретико-методологического подхода к изучению стилей жизни оказал П. Бурдьё, пытавшийся найти некий компромисс между феноменологической и структуралистской парадигмами, а также между микро- и макроуровнями рассмотрения общества в социологии [14]. Особого внимания с точки зрения изучения образа жизни заслуживает работа, посвященная проблеме социальной стратификации французского общества [15]. Бурдьё рассматривает «стили жизни» как сопутствующие (гомологичные) различным позициям в социальном пространстве. И социальное пространство, и пространство стилей жизни определяются объемами и содержанием экономического и культурного капиталов. Под влиянием Бурдьё модели социальной дифференциации приобрели многомерный вид. Бурдьё интерпретирует особые символические значения широкого круга товаров, видов досуга, личных пристрастий и ценностных суждений с точки зрения того, как эти аспекты образа жизни отражают классовые позиции. Таким образом, концепция культурного капитала, разработанная Бурдьё, отличается от марксистской концепции со-

циального класса, которая определяет класс через собственность на средства производства. Анализ системы стратификации и различий образа жизни был расширен Бурдье за счет привлечения различных форм капиталов: экономического, культурного, социального и символического. Люди, имеющие схожий объем и структуру капитала, с большей вероятностью встречаются, развивают взаимодействие и устанавливают отношения. Они могут позволить себе определенный тип жилья, отправлять детей в одни и те же школы и развивать те же привычки и образ жизни. Понятие «образ жизни» используется Бурдье для дифференциации различных социальных групп, а также для обеспечения условий внутригрупповой солидарности.

Э. Гидденс рассматривал термин «стиль жизни» как ключевой феномен эпохи позднего модерна и постмодерна [16]. Гидденс определяет стиль жизни как «более или менее интегрированный набор практик, которые принимает индивид не только потому, что такие практики удовлетворяют утилитарные потребности, но и потому, что они придают материальную форму конкретному нарративу о себе». В отличие от Бурдье, Гидденс уделяет большое внимание потребности людей в сознательном выборе из многих существующих вариантов. Характерологические черты позднего модерна порождают повышенные риски, ощущение неопределенности существования, ставят индивида на порог экзистенциального выбора. Если в традиционном обществе идентичность человека определялась посредством последовательного прохождения четко заданных этапов социализации, имеющих внятную сакральную значимость, то в условиях позднего модерна идентичность становится определенным индивидуальным проектом, в рамках которого оказываются задействованными определенные институты (образование, СМИ, массовая культура, здравоохранение, государство и т.п.). Процесс реализации проекта «Я-идентичности» в условиях в позднего модерна и порождаемых им рисков, ситуации высокой экзистенциальной неопределенности, предполагает также создание собственного стиля жизни как относительно целостного набора социальных практик. Стиль жизни включает не только те или иные специфические способы удовлетворения материальных потребностей или проведения досуга, но также является способом выражения и маркером социальной идентичности.

В монографии Д. Чейни «Стили жизни» проблема образа жизни рассматривается со схожих с Гидденсом позиций [17]. Чейни так же акцентирует фактор рефлексивности в условиях позднего модерна, позволяющий индивиду осуществлять само-

стоятельный выбор и маневры в социальном пространстве, выстраивать проекты собственной биографии, используя различные виды практик и ресурсов (форм капиталов). Аналогично Гидденсу, Чейни полагает, что образ жизни предлагает символические средства для формирования «Я-нарратива». Он также выступает против ограничения анализа образа жизни только моделями потребления и собственностью на материальные ресурсы.

Заслуживает также внимания рассмотрение темы образа жизни У. Бемом в рамках его теории «общества рисков» [18, 19]. «Общество риска» характеризуется следующими чертами: упадок социальных классов; индивидуализация и рефлексивность личных идентичностей; глобальные риски, которые выходят за рамки возможностей национальных государств по их контролю [20].

Оригинальная постмодернистская версия трактовки стилей жизни посредством концепции общества потребления была предложена Жаном Бодрийяром [21], у которого потребление как ключевая характеристика образа жизни человека современного общества рассматривается не столько как акт индивидуального свободного выбора, сколько как навязанное самим обществом и его разнообразными институтами (массовая культура, система образования, средства массовой коммуникации) потребление знаков. В данном случае потребляется не предмет, вещь с целью удовлетворения тех или иных личных потребностей, сколько знак престижа, статуса, способ различения в социальном пространстве. В этом отношении концепция Бодрийяра имеет точки соприкосновения с теорией борьбы за признание и различение в социальном пространстве Бурдьё. Метафорой общества потребления, его культурным эталоном становится торговый центр, в котором происходит социализация современного человека, его приобщение к культу потребления знаков в рамках устоявшихся повседневных практик. Стиль демонстративного потребления, характерный для классического капитализма, уступает место более тонким стилистическим приемам демаркации социальных границ с помощью арсенала вкуса, культуры. Потребление становится ключевой основой современного образа жизни, способом социальной дифференциации, возможностью приобщения к высоко ценимым стандартам жизни «среднего класса». Общество потребления описывается посредством разнообразных составляющих образа жизни: собственно потребление товаров и услуг, телесные практики (спорт, косметология, медицина), досуг, отдых, повышение квалификации и т.п. В результате образ жизни трактуется как потребление знаков с целью

выражения социальной дифференциации, демонстрации статуса на основе подчинения негласно принятым императивам.

Проблематика стилей жизни в настоящее время продолжает развиваться в рамках теории модернизации. Ранние версии парадигмы «модернизации» в качестве решающих факторов, повлиявших на процесс перехода от традиционного общества к современному, называли социально-демографические процессы, технологические революции, изменение институционального порядка. Впоследствии стали оформляться подходы, в рамках которых акцентировалась роль социальных и социокультурных факторов (Дюркгейм, Теннис, Вебер). Современная версия теории модернизации, представленная в работах Инглхарта [22], стремится к поиску баланса между объективными социально-экономическими, технологическими факторами и ценностно-нормативными при объяснении и описании модернизационных процессов в современном мире, отражающихся на изменении образа жизни. Однако именно ценностные ориентации обладают решающим значением при формировании мотивации социального поведения и образа жизни.

В постиндустриальную эпоху происходит ослабление ограничений свободы выбора за счет высокого уровня экономического процветания, распространения всеобщего среднего и высшего образования, роста так называемого «креативного класса», эмансипации социальных отношений и связей. В результате в постиндустриальном обществе утверждаются ценности самовыражения, и одновременно замедляется секулярно-рациональная тенденция. Стили жизни в условиях современного индустриального или постиндустриального общества могут выбираться индивидом, трансформироваться на разных этапах выстраивания образовательно-профессиональной траектории. Данный процесс может быть описан и проанализирован на основе методологии Инглхарта, применяемой в рамках «Всемирного обзора ценностей» (World Values Survey). В данном случае предлагается выделение двух дихотомических измерений: «традиционные ценности – секулярно-рациональные ценности» и «ценности выживания – ценности самовыражения». Набор конкретных ценностных диспозиций, входящих в те или иные группы ценностных паттернов позволяет в самом общем виде представить смысловое основание традиционного и современного стилей жизни.

В отечественной литературе при исследовании интересующей проблематики использовались такие понятия, как «образ жизни», «быт» и «стиль жизни». Понятие



«быт» широко использовалось в России в этнографических исследованиях еще в до-революционный период. В советской историографии и этнографии понятие «быт» стало обозначать материальную культуру и средства к существованию, домашнее воспроизводство и досуг [23]. Понятие «образ жизни» в советских социологических исследованиях стало активно применяться в 1980-е годы [24]. Исследователи провели разграничение между понятиями «стиль жизни» и «образ жизни». Последнее понятие использовалось для описания сочетания материальных, технологических и культурных аспектов, определяющих жизненные практики. В других исследованиях отмечалось, что понятие «образ жизни» связано с «физическими параметрами» существования, такими как проживание в деревне или в городе, здоровый или нездоровый образ жизни и т.п.; тогда как «стиль жизни» относится к культурно и социально определенным потребностям, таким как, например, поддержание социального статуса [25]. Исследователи предлагали способы использования этой концепции в эмпирических исследованиях. Так, А. Домаранская рассматривает взаимосвязь досуговой деятельности и социального положения, определяемого доходом, видом работы и престижностью профессии. Одним из результатов, касающихся современного постсоветского общества, является вывод о том, что «классические» элитарные увлечения театром и изобразительным искусством скорее востребованы интеллектуалами «среднего класса» [26].

Социология образа жизни активно развивалась в нашей стране период 1960-1980-х годов [27, 28, 29]. Одним из самых масштабных исследований, в котором охватывались самые разнообразные составляющие «образа жизни», был Таганрогский проект, который реализовывался на протяжении ряда этапов начиная с 1960-х годов. В результате удалось получить многомерную картину образа жизни советского общества, характеризуемую по целому ряду параметров: социально-демографические параметры, трудовое поведение, досуг, потребление, социокультурные и гендерные установки и т.д. [30]. В этот период были разработаны и апробированы методики исследования различных составляющих образа жизни [31, 32]. Советская социология исходила из предпосылки о детерминации образа жизни структурными и институциональными свойствами социальной системы. Образ жизни трактовался либо через призму общественно-экономической формации (буржуазный, социалистический), либо с точки зрения национально-этнического фактора.

В последние годы в России продолжается проведение теоретико-методологических разработок, а также эмпирических исследований стилей жизни с различных исследовательских ракурсов. Исследования, предпринятые Я.М. Роциной в 2007 г. и позволившие выделить определенные типы досуговых практик как компонента стилей жизни [33], были продолжены целым рядом разработок. Так, выявлена взаимосвязь между уровнями дохода и образования с активностью в сфере досуга [34]. Показано, что досуговые практики оказываются способом частичного нивелирования социальной дистанции [35]. В.И. Корсунова, на основе проведенного исследования, приходит к ряду значимых выводов о структуре публичных досуговых практик в России, вовлеченности населения в публичный досуг, зависимости паттернов досуга от уровня доходов и социально-демографических характеристик населения [36]. Предпринимаются попытки разработать типологию социальных групп на основе выделения определенных стилей жизни [37], проводятся исследования стилей жизни различных социально-профессиональных (предприниматели) и социально-демографических групп населения (пенсионеры, молодежь) [38, 39, 40].

## 2. Методология исследования

Социальные практики, реализуемые различными группами российского населения, находятся под влиянием существенной институциональной турбулентности. Текущий год знаменует окончание двухлетнего периода экономических и социальных ограничений, вызванных пандемией коронавируса. При этом в настоящее время страна в целом и различные группы российского общества оказались на пороге нового витка нестабильности, глубина, масштабность и длительность которого пока неочевидны.

Для выявления особенностей реализуемых социальных практик использованы результаты комплекса массовых социологических опросов, реализованных ИНСАП РАНХиГС в 2021-2022 годах. Выборка каждого из исследований репрезентирует население России в возрасте 18-ти лет и старше. Опросы проведены с использованием специально разработанного исследовательского инструментария. Целеполагание анализа полученных результатов направлено на выявление и раскрытие особенностей:

- Потребительских практик в условиях социально-экономических рисков весны 2022 года;
- Рекреационных практик, включая проведение свободного времени в домашней обстановке и за пределами места проживания;
- Социальных взаимодействий, в том числе отношений межличностного доверия и взаимной помощи.

Параметры проведенных социологических исследований представлены в таблице 1.

Таблица 1

Эмпирическая база анализа

Кодовое название опроса ИНСАП РАНХиГС	Сроки проведения	Количество респондентов, чел.
Модели поведения	23-30 марта 2021 г.	3569
Стратификация	18-27 апреля 2022 г.	5018
Мониторинг, 2 волна	9-10 марта 2022 г.	1630
Мониторинг, 3 волна	14-19 июня 2022 г.	1617

Примечание – Источник: составлено авторами.

Характеристики выборочных совокупностей представленных массовых опросов в целом соответствуют половозрастной и поселенческой структуре населения России (по данным Росстата).

### 3. Особенности практик потребления товаров и услуг

Исследование, реализованное авторами по прошествии года с начала пандемии коронавируса («Модели поведения»), иллюстрировало увеличение включенности россиян в онлайн-взаимодействия для решения широкого круга коммуникационных, рабочих, рекреационных и потребительских задач. Было выявлено, что интенсификация использования онлайн-технологий характеризует как группы населения, которые и до пандемии активно пользовались сетевыми возможностями, так и тех россиян, которые ранее демонстрировали пассивность в реализации соответствующих практик. Рассмотрим, насколько и в каких социальных группах практики потребления товаров и услуг с использованием онлайн-технологий оказались закреплены после сглаживания эпидемиологической напряженности.

Получение, с различной периодичностью, услуг (к которым относятся, например, запись в поликлинику, оформление документов, банковские услуги, заказ такси, покупка билетов и тому подобное) в онлайн-режиме характеризует 70% опрошенных. Более половины респондентов заявили о том, что постоянно или время от времени приобретают посредством интернета непродовольственные товары. Продукты питания при помощи доставки, оформляемой посредством коммуникационных технологий, потребляют четверть опрошенного населения (рисунок 1).



Рис. 1. Актуальные потребительские практики с использованием онлайн-коммуникаций, % использующих, допускалось несколько ответов

Примечание – Источник: расчеты авторов по данным репрезентативного социологического опроса «Стратификация», ИНСАП РАНХиГС; 5018 респондентов, апрель 2022 г.

При рассмотрении гендерной дифференциации включенности в потребительские онлайн-практики, можно отметить их незначительное преобладание среди мужчин. Наиболее высокие различия (на уровне 5 п.п.) характеризуют заказ готовой еды из кафе и ресторанов (рисунок 2).

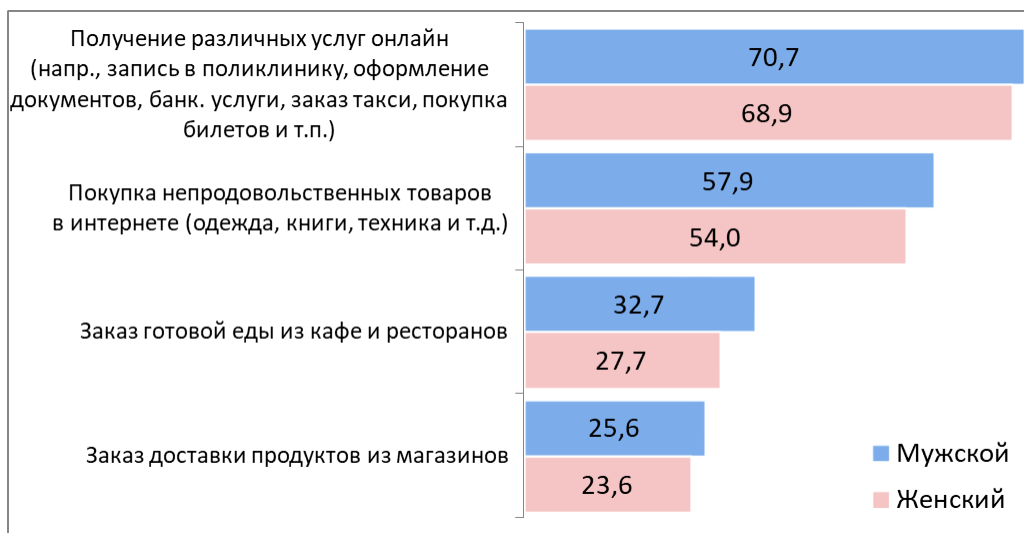


Рис. 2. Актуальные потребительские практики с использованием онлайн-коммуникаций, по гендерным группам, % использующих

Примечание – Источник: расчеты авторов по данным репрезентативного социологического опроса «Стратификация», ИНСАП РАНХиГС; 5018 респондентов, апрель 2022 г.

Крайне существенные различия включенности в онлайн-практики потребления подтверждаются данными, приведенными на рисунке 3. Находящиеся в возрасте до 35-ти лет демонстрируют наибольшую активность в отношении всех рассматриваемых форм потребительского поведения. Представители старшей возрастной когорты кратно реже не только самых молодых россиян, но и относящихся к средневозрастной когорте, приобретают онлайн продовольственные и непродовольственные товары, а также готовую еду. При этом надо отметить, что получение в онлайн-режиме необходимых услуг, а также покупка товаров длительного пользования, является достаточно распространенной практикой для представителей всех выделенных групп, включая группу наиболее старшего возраста.

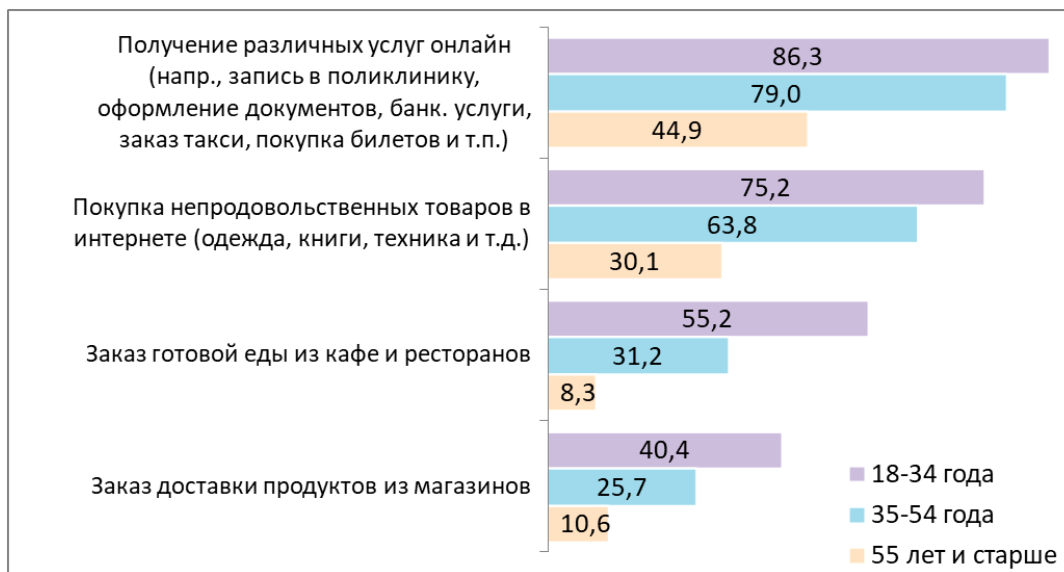


Рис. 3. Актуальные потребительские практики с использованием онлайн-коммуникаций, по возрастным группам, % использующих

Примечание – Источник: расчеты авторов по данным репрезентативного социологического опроса «Стратификация», ИНСАП РАНХиГС; 5018 респондентов, апрель 2022 г.

В отношении каждой из рассматриваемых в исследовании потребительских онлайн-практик отмечается четкая прямая зависимость, в соответствии с которой при переходе к каждой более крупной территориально-поселенческой группе доля опрошенных, использующих интернет-технологии, возрастает. При этом выделяются практики заказа продуктов питания и готовой еды, крайне мало используемые в сельских поселениях и имеющие распространенность на уровне десятков процентов опрошенных лишь в городах. Получение услуг посредством коммуникационных технологий и приобретение товаров длительного пользования онлайн к настоящему времени уже характеризует крайне значительные группы населения, представляющие все поселенческие типы, в том числе сельские населенные пункты и небольшие города (рисунок 4).

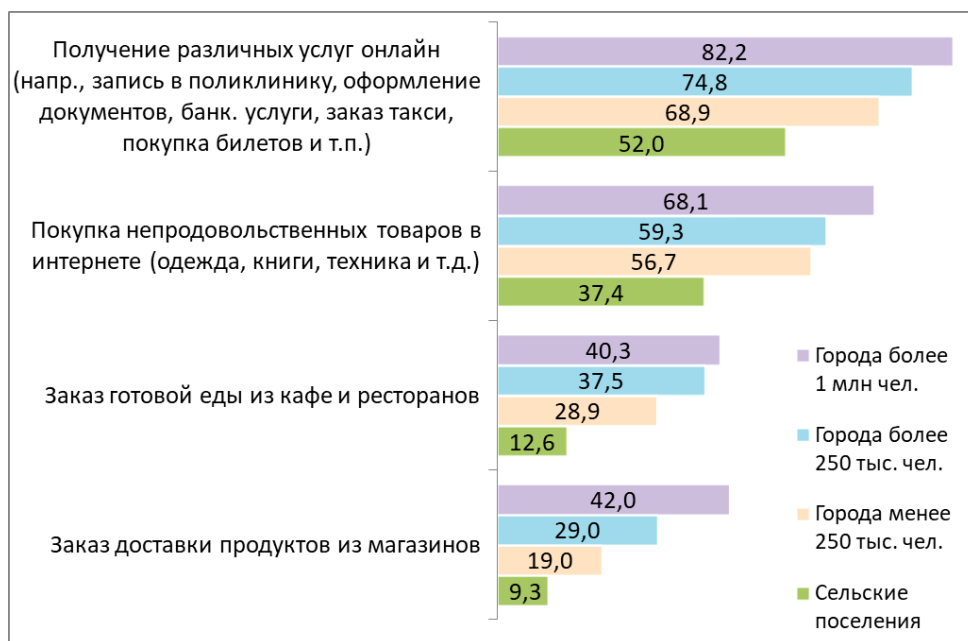


Рис. 4. Актуальные потребительские практики с использованием онлайн-коммуникаций, по типам поселений, % использующих

Примечание – Источник: расчеты авторов по данным репрезентативного социологического опроса «Стратификация», ИНСАП РАНХиГС; 5018 респондентов, апрель 2022 г.

Уровень материальной обеспеченности является фактором, существенно дифференцирующим доступность и востребованность потребления товаров и услуг с использованием онлайн-технологий. Представители группы относительно благополучного материального статуса (которым доходы позволяют без существенных трудностей приобретать не только еду и одежду, но и необходимые предметы длительного пользования) в существенно большей степени включены в перспективные практики дистанционного потребления. Нахождение на нижней ступени «материально-доходной лестницы» объективно ограничивает широту реализуемых потребительских практик, но даже в группе материального неблагополучия более половины опрошенных имеют воспроизводящийся опыт дистанционного получения требуемых услуг, а треть – онлайн-покупок непродовольственных товаров (рисунок 5).



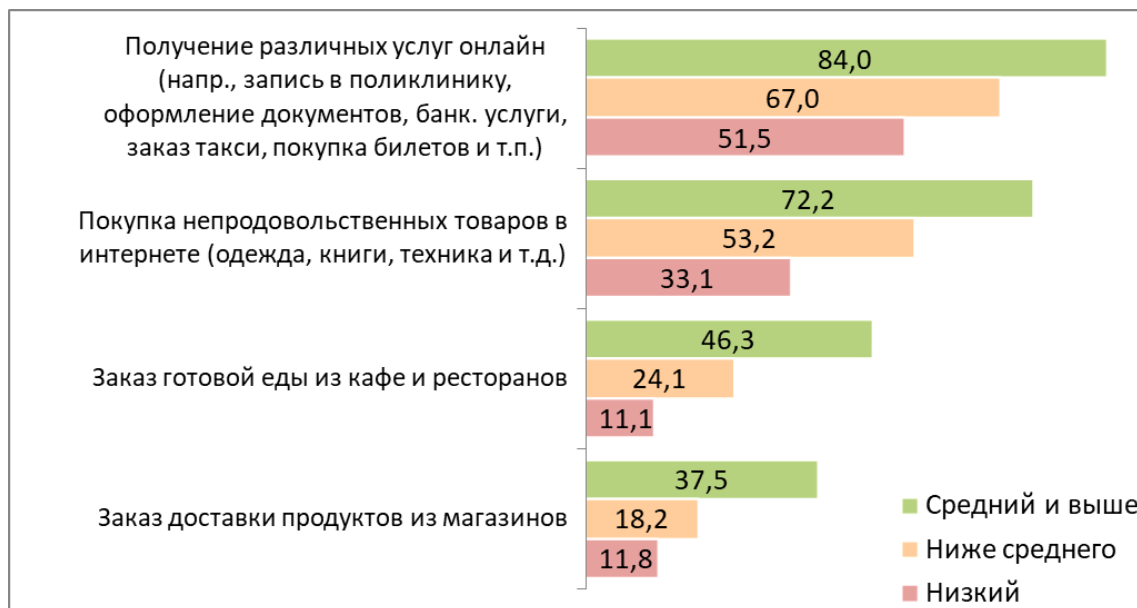


Рис. 5. Актуальные потребительские практики с использованием онлайн-коммуникаций, по группам материальной обеспеченности, % использующих

Примечание – Источник: расчеты авторов по данным репрезентативного социологического опроса «Стратификация», ИНСАП РАНХиГС; 5018 респондентов, апрель 2022 г.

К концу первого квартала 2022 года, на фоне сглаживания эпидемиологических рисков, произошла актуализация новой социально-экономической нестабильности, вызванной внедрением санкционного режима, усложнением и разрывом логистических цепочек товарного производства, а также внешними ограничениями для россиян в использовании части номенклатуры услуг. В этой связи представляется важным оценить восприятие различными группами населения ситуации на потребительском рынке и выявить потребительские практики, формируемые в сложившейся обстановке.

Рассматриваемый временной период можно охарактеризовать в терминах «потребительского шока», который выразился, в том числе, в массовом негативе восприятия ценовой динамики (рисунок 6).

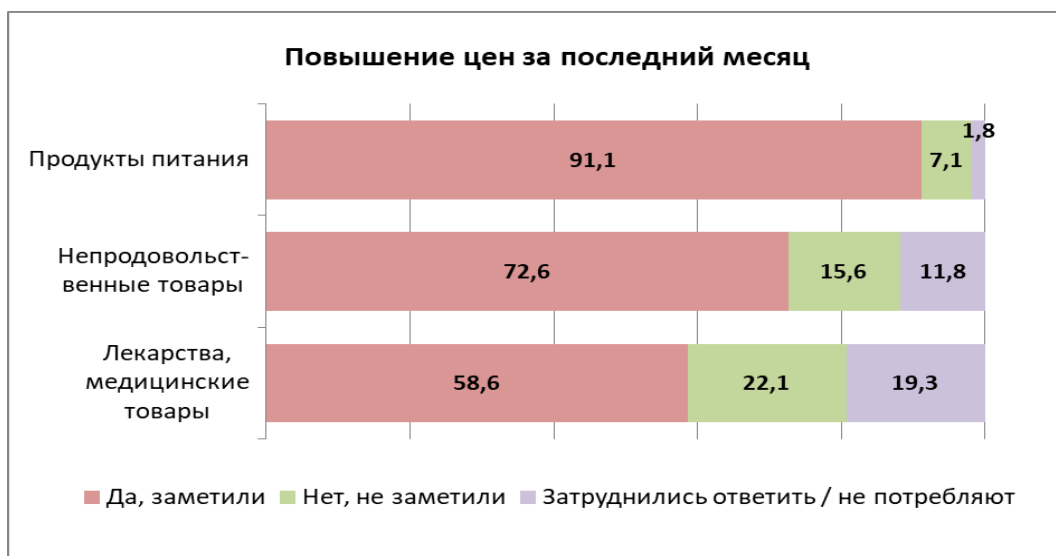


Рис. 6. Распределение ответов на вопрос: «Заметили ли повышение цен на товары за последний месяц?», %

Примечание – Источник: расчеты авторов по данным репрезентативного социологического опроса «Мониторинг, 2 волна», ИНСАП РАНХиГС; 1630 респондентов, март 2022 г.

Каждый четвертый из опрошенных фиксирует локальный дефицит обычно потребляемых продовольственных товаров, а каждый пятый – дефицит необходимых лекарств и медицинских препаратов. С отсутствием в продаже непродовольственных товаров столкнулись 14% респондентов (рисунок 7).

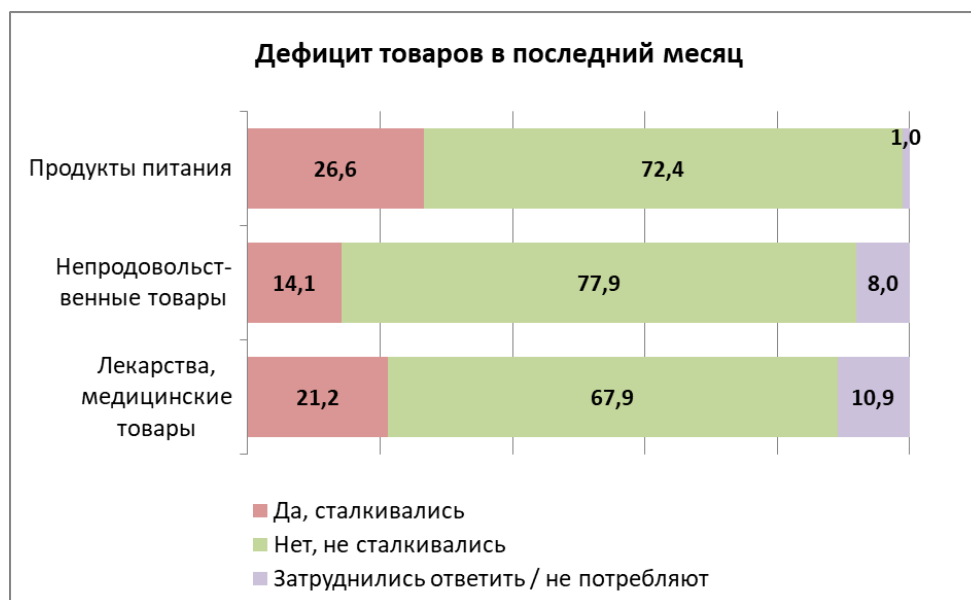


Рис. 7. Распределение ответов на вопрос: «Сталкивались ли за последний месяц с проблемами отсутствия в продаже или недоступности товаров», %

Примечание – Источник: расчеты авторов по данным репрезентативного социологического опроса «Мониторинг, 2 волна», ИНСАП РАНХиГС; 1630 респондентов, март 2022 г.

В отношении продуктов питания локальный дефицит чаще всего отмечают жители средних и малых городов (среди которых данную ситуацию фиксируют около 30% опрошенных), а в минимальной степени – представители мегаполисов (19%). В городах-миллионниках сравнительно часто отмечается дефицит каких-либо непродовольственных товаров (рисунок 8).

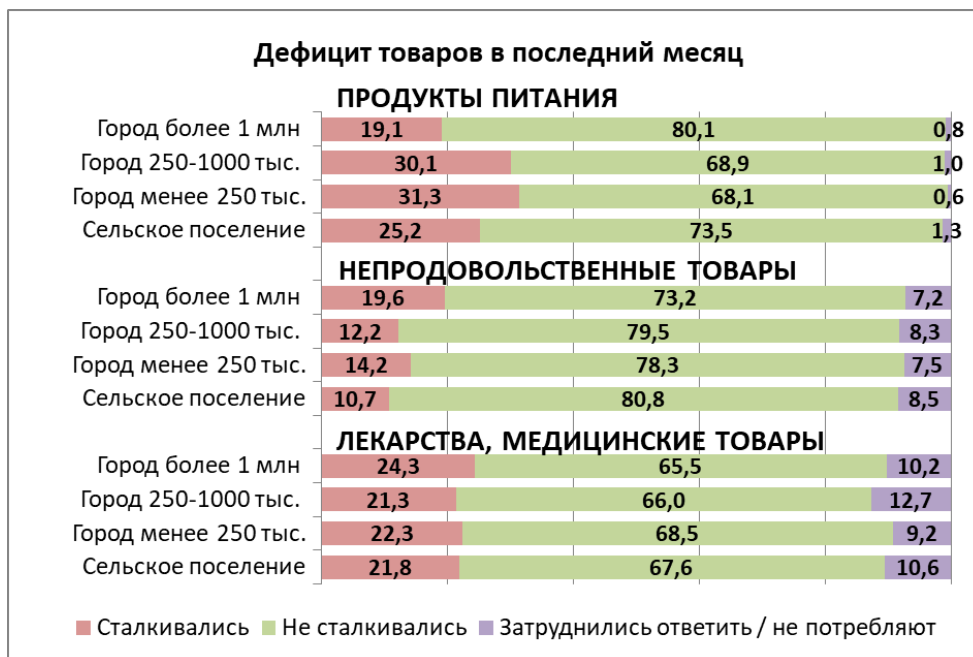


Рис. 8. Распределение ответов на вопрос: «Сталкивались ли за последний месяц с проблемами отсутствия в продаже или недоступности товаров», по поселенческим группам, %

Примечание – Источник: расчеты авторов по данным репрезентативного социологического опроса «Мониторинг, 2 волна», ИНСАП РАНХиГС; 1630 респондентов, март 2022 г.

На общем фоне негативных инфляционных ожиданий важно отметить достаточно быстрое сглаживание потребительского шока, наблюдавшегося в конце марта, к окончанию первого квартала текущего года (рисунок 9).

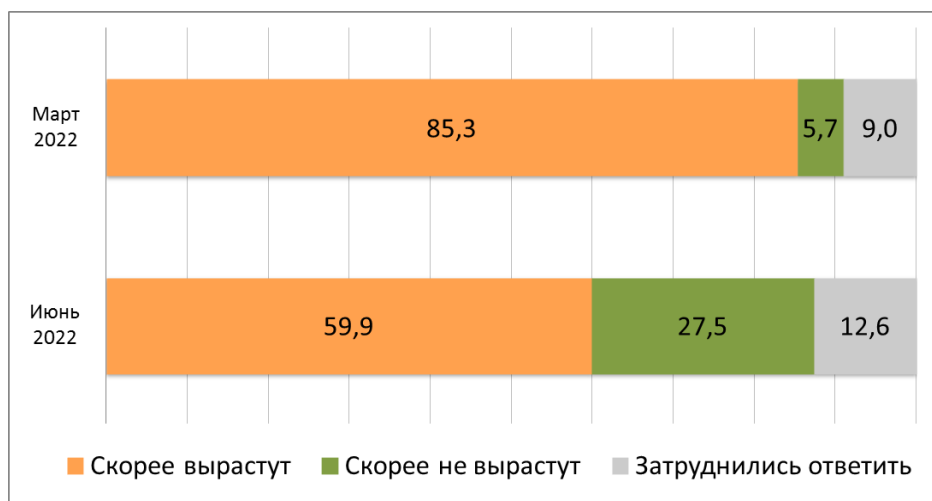


Рис. 9. Инфляционные ожидания на горизонте ближайшего месяца, %

Примечание – Источник: расчеты авторов по данным репрезентативных социологических опросов, ИНСАП РАНХиГС, «Мониторинг, 2 волна», 1630 респондентов, март 2022 г.; «Мониторинг, 3 волна», 1617 респондентов, июнь 2022 г.

Еще одним свидетельством как взрывной напряженности на потребительском рынке, так и достаточно оперативного сглаживания восприятия ситуации, служат данные, иллюстрирующие опасения возникновения дефицита привычно потребляемых товаров. При этом риски сегментарного дефицита продолжают оставаться для массовых групп населения достаточно значимыми (рисунок 10).

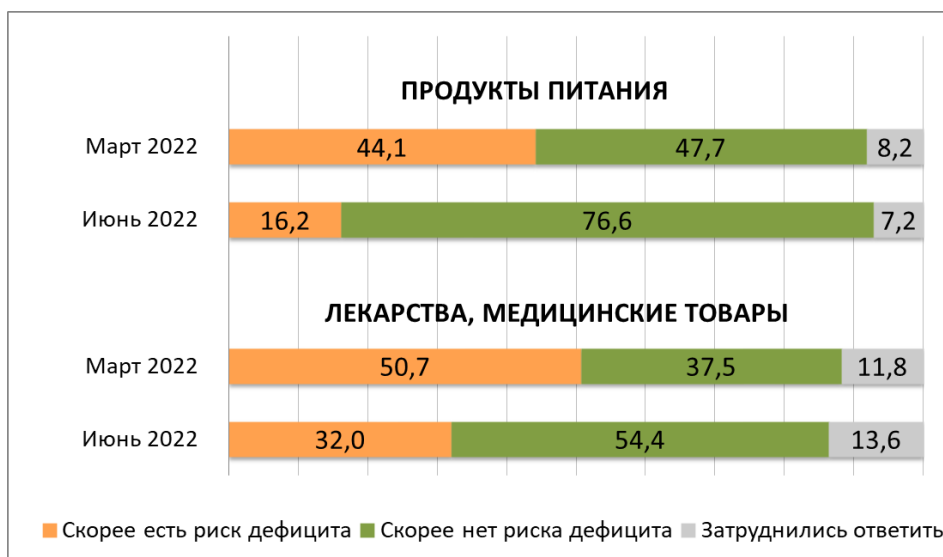


Рис. 10. Оценка риска товарного дефицита на горизонте ближайшего месяца, %

Примечание – Источник: расчеты авторов по данным репрезентативных социологических опросов, ИНСАП РАНХиГС, «Мониторинг, 2 волна», 1630 респондентов, март 2022 г.; «Мониторинг, 3 волна», 1617 респондентов, июнь 2022 г.

Результаты исследования свидетельствуют о распространении практик создания товарных запасов (рисунки 11-13). О приобретении впрок продуктов питания

заявляют 17% опрошенных, непродовольственных товаров – 11%, лекарств – 15%. В наибольшей степени такие практики характеризуют жителей мегаполисов, имеющих сравнительно развитую структуру потребления и большой объем финансовых резервов.

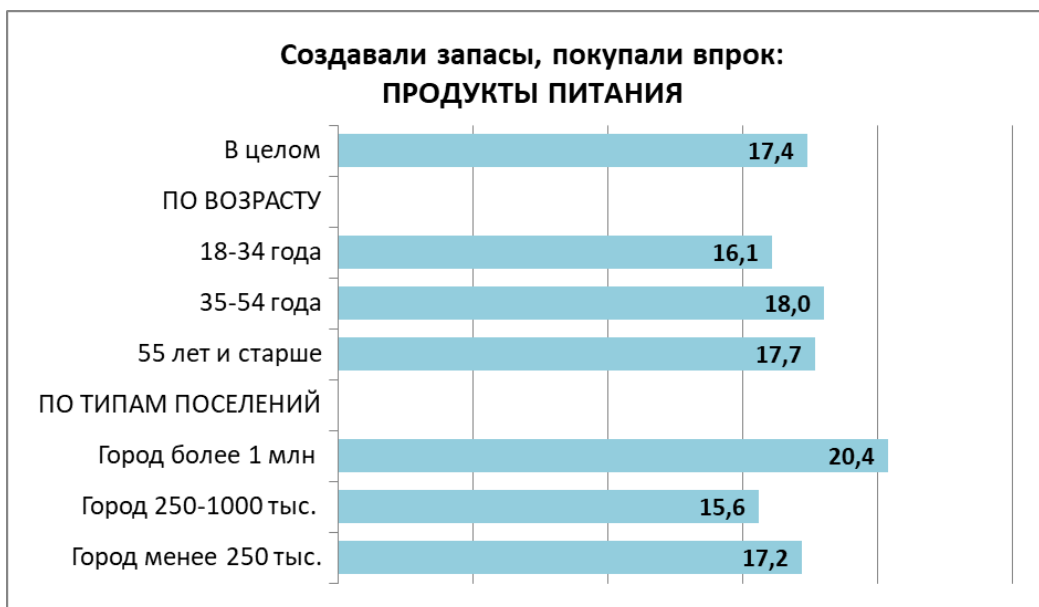


Рис. 11. Создание запасов продуктов питания  
(в дополнение к обычно покупаемым), %

Примечание – Источник: расчеты авторов по данным репрезентативного социологического опроса «Мониторинг, 2 волна», ИНСАП РАНХиГС; 1630 респондентов, март 2022 г.

Непродовольственные товары чаще закупают впрок представители молодежных и средневозрастных когорт, а лекарственные средства – респонденты старшего возраста (рисунки 12, 13).

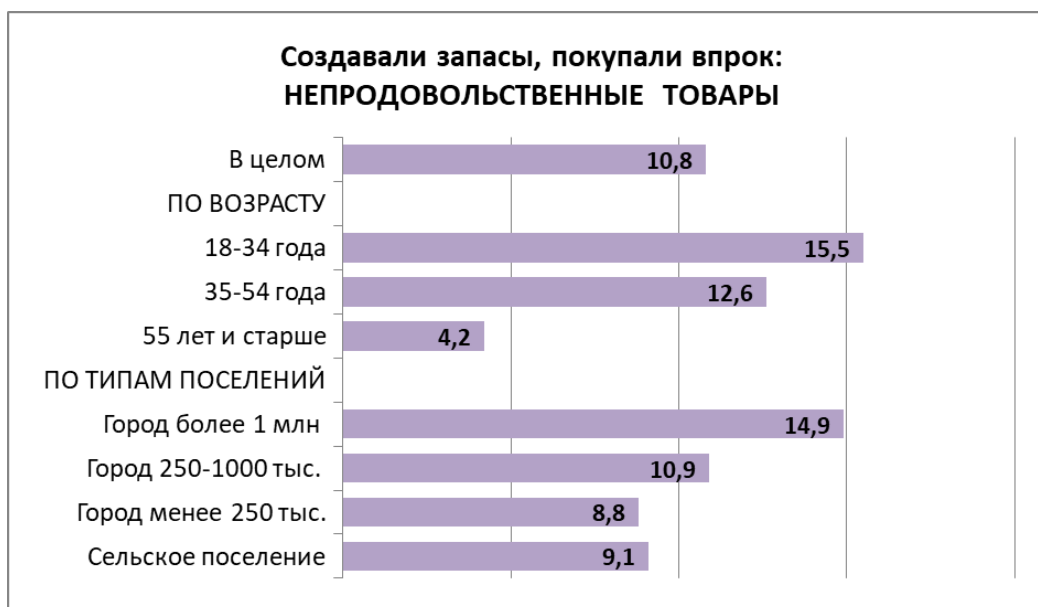


Рис. 12. Создание запасов непродовольственных товаров (в дополнение к обычно покупаемым), %

Примечание – Источник: расчеты авторов по данным репрезентативного социологического опроса «Мониторинг, 2 волна», ИНСАП РАНХиГС; 1630 респондентов, март 2022 г.

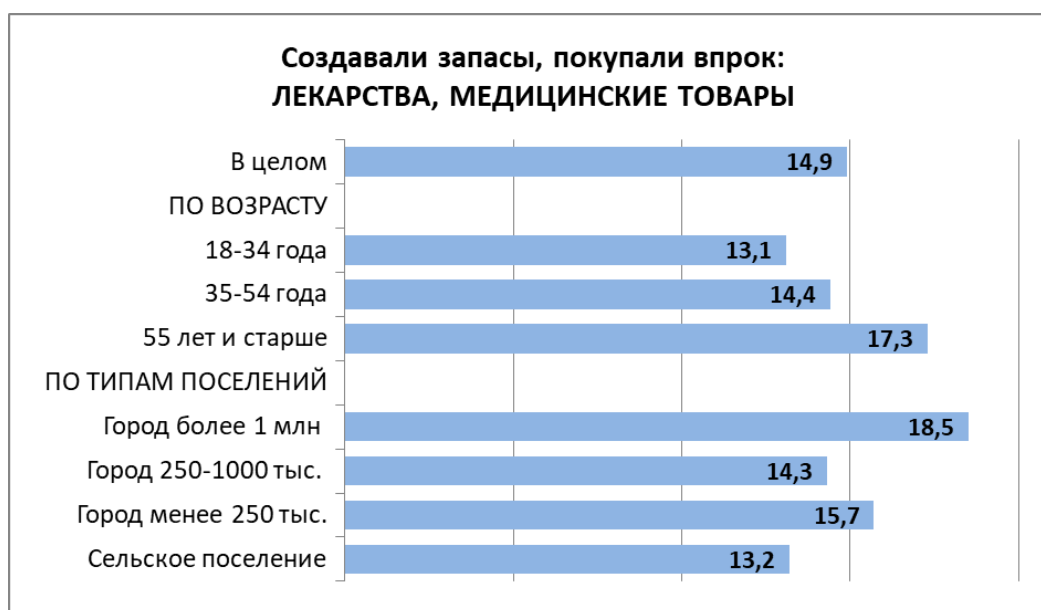


Рис. 13. Создание запасов лекарств, медицинских товаров (в дополнение к обычно покупаемым), %

Примечание – Источник: расчеты авторов по данным репрезентативного социологического опроса «Мониторинг, 2 волна», ИНСАП РАНХиГС; 1630 респондентов, март 2022 г.

#### 4. Рекреационно-досуговые практики россиян

По истечении года, прожитого в условиях пандемии коронавируса и административных ограничений социальной активности, направленных на противодействие ее распространению, более половины россиян отметили изменение своих досуговых практик, в том числе 23% зафиксировали существенную динамику в этой сфере (рисунок 14).

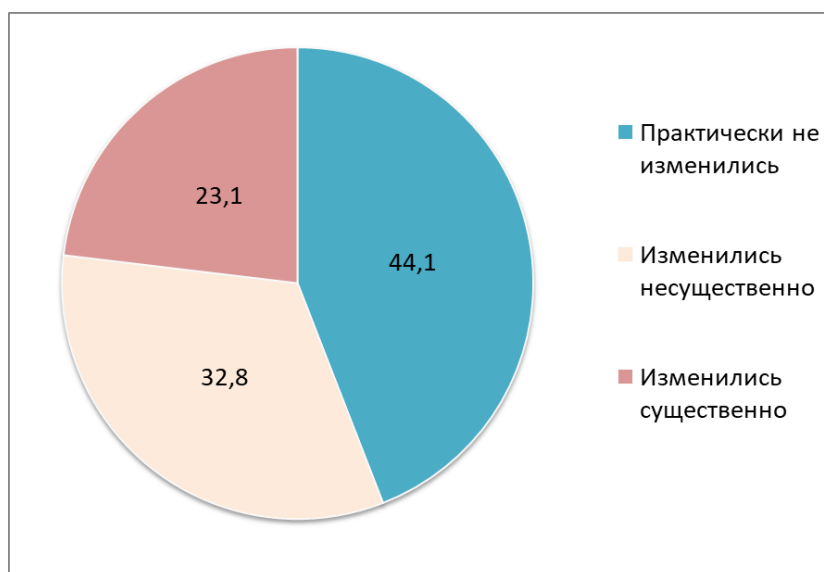


Рис. 14. Изменение досуговых практик за период пандемии, %

Примечание – Источник: расчеты авторов по данным репрезентативного социологического опроса «Модели поведения», ИНСАП РАНХиГС; 3569 респондентов, март 2021 г.

Наиболее значительные изменения досуговых практик в период пандемии характеризуют представителей самой молодой когорты (рисунок 15).

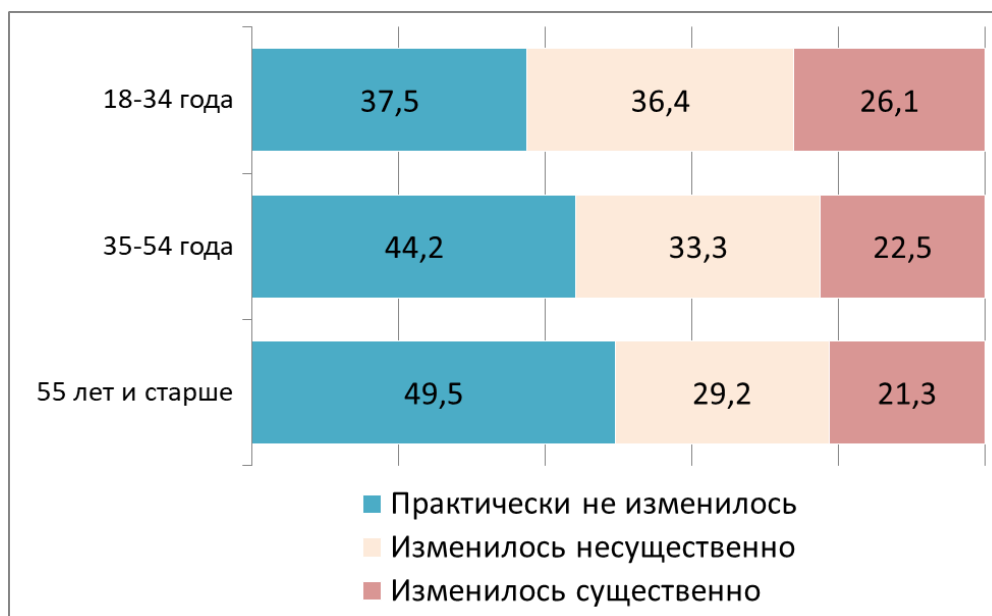


Рис. 15. Изменение досуговых практик за период пандемии, по возрастным группам, %

Примечание – Источник: расчеты авторов по данным репрезентативного социологического опроса «Модели поведения», ИНСАП РАНХиГС; 3569 респондентов, март 2021 г.

Востребованность и дифференциация активных досуговых практик россиян в текущем году представлена в таблице 2.

Мы видим, что мужчины несколько более активны в воспроизводстве рассматриваемых досуговых практик, и особенно значимые различия (на уровне 10 п.п.) характеризуют еду вне дома. Существенная дифференциация, являющаяся кратной в отношении выездных и чаще всего платных форм проведения досуга, характеризует различия между полярными возрастными когортами. Рассматривая различия по поселенческим группам, надо отметить, что вдвое меньшая доля сельских жителей посещает заведения общепита и культурного досуга, при этом распространенность дружеского общения в городских и сельских поселениях практически идентична. Принципиальные различия отмечаются в группах по уровням здоровья и материальной обеспеченности. Важно отметить, что низкие показатели соответствующих характеристик не только крайне ограничивают воспроизводство практик культурного и гастрономического досуга, но и существенно сужают распространенность межличностного общения.



Таблица 2

Дифференциация рекреационно-досуговых практик различных социально-демографических групп населения, апрель 2022 г., %, допускалось несколько ответов

Группы	Практики		
	Еда вне дома	Посещение кино-театров, музеев	Встречи с друзьями
В целом	35,6	28,8	70,6
Гендерные группы			
Мужчины	41,0	30,7	75,1
Женщины	31,0	27,2	66,8
Возрастные группы			
18-34 года	60,2	38,7	83,1
35-54 года	38,3	29,7	70,3
55 лет и старше	12,3	19,6	60,9
Тип поселения			
Сельские поселения	20,5	15,5	67,0
Города	40,1	32,7	71,9
Самооценка уровня здоровья			
Очень хорошее	61,9	45,3	84,7
Хорошее	51,0	39,2	80,2
Среднее	26,4	23,4	66,7
Плохое	14,2	11,3	50,5
Очень плохое	10,1	6,7	44,4
Уровень материальной обеспеченности			
Низкий	13,9	11,9	56,8
Ниже среднего	28,1	23,5	69,3
Средний и выше	54,2	42,9	79,6

Примечание – Источник: расчеты авторов по данным репрезентативного социологического опроса «Стратификация», ИНСАП РАНХиГС; 5018 респондентов, апрель 2022 г.

В сложившейся к середине текущего года ситуации большинство населения декларирует позитивное восприятие реализуемых рекреационно-досуговых практик. При этом полностью удовлетворены своим времяпрепровождением только 35% опрошенных (рисунок 16).

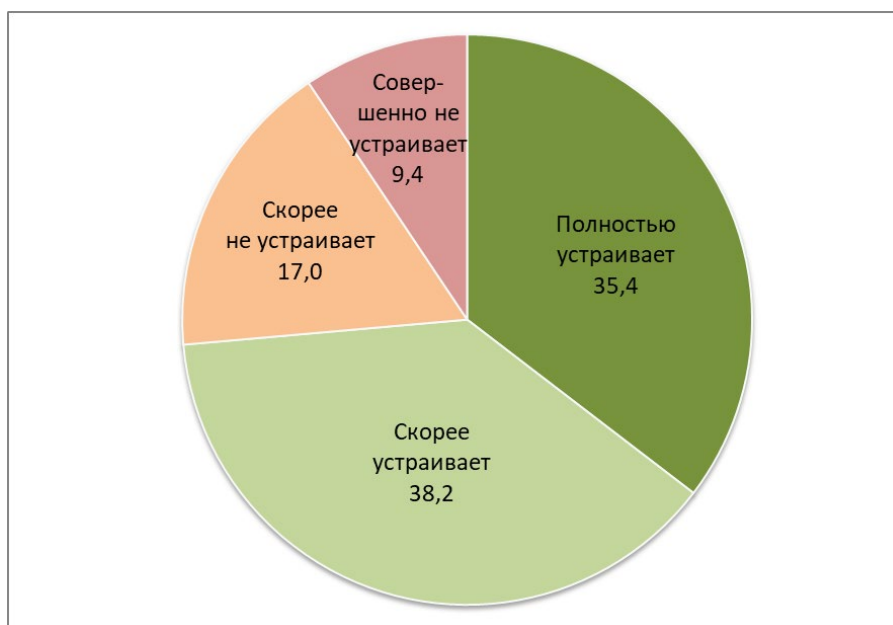


Рис. 16. Удовлетворенность проведением досуга, %

Примечание – Источник: расчеты авторов по данным репрезентативного социологического опроса «Мониторинг, 3 волна», ИНСАП РАНХиГС; 1617 респондентов, июнь 2022 г.

Как показывают данные, представленные на рисунке 17, удовлетворенность реализуемыми досуговыми практиками по социально-демографическим группам населения достаточно сопоставима.

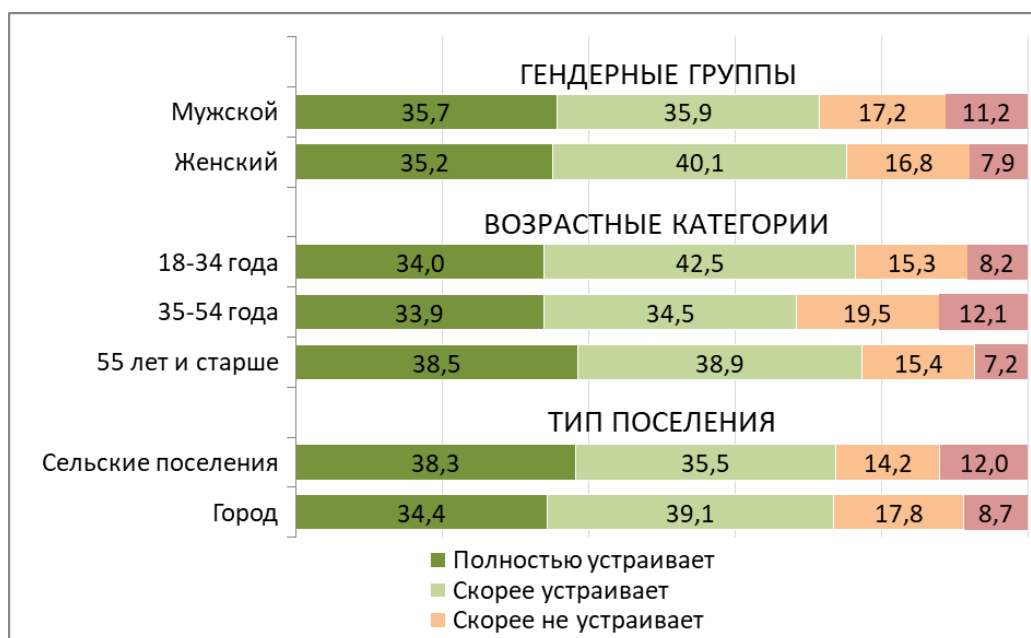


Рис. 17. Удовлетворенность проведением досуга различных социально-демографических групп населения, %

Примечание – Источник: расчеты авторов по данным репрезентативного социологического опроса «Мониторинг, 3 волна», ИНСАП РАНХиГС; 1617 респондентов, июнь 2022 г.

В июне текущего года респондентам был задан вопрос об изменениях ранее привычных форм проведения досуга, произошедших за предшествующий опросу трехмесячный период, в течение которого актуализировались внешние трансформации (рисунок 18).

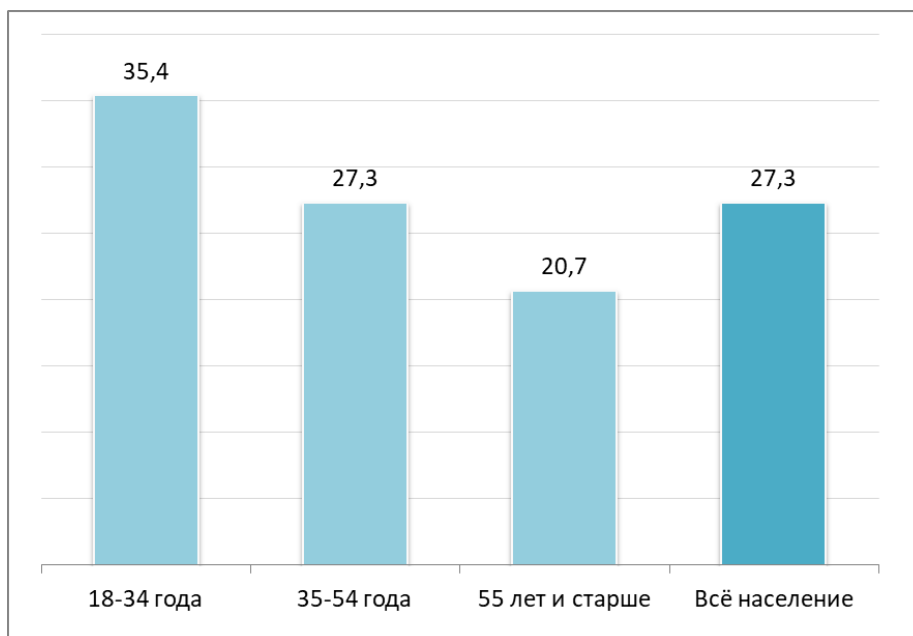


Рис. 18. Доля населения, отметившая изменение привычных способов проведения свободного времени за период трех предшествующих месяцев, июнь 2022 г., %

Примечание – Источник: расчеты авторов по данным репрезентативного социологического опроса «Мониторинг, 3 волна», ИНСАП РАНХиГС; 1617 респондентов, июнь 2022 г.

Изменения форм и практик проведения досуга в условиях середины 2022 года зафиксировали более четверти опрошенных, а среди молодежной когорты доля подобных оценок составила 35%.

## **5. Характеристика системы социальных взаимодействий населения**

Эмоциональный и ментальный комфорт жизни человека в значительной степени определяется наличием среды доверительного общения. В условиях высокой турбулентности повседневной жизни россиян, нарастающих явлений социально-экономической нестабильности и цензурирования коммуникаций в обществе, наличие доверия к близким партнерам по общению может не только помогать принятию решения в сложных жизненных ситуациях, но и иметь выраженный терапевтический эффект.

Практически все участники исследования (91%) имеют партнеров по доверительному общению среди представителей референтной среды. Социально-демографические группы не очень существенно различаются, но несколько чаще коммуникативную замкнутость демонстрируют мужчины, люди среднего возраста, а также жители малых населенных пунктов. Существенную дифференциацию можно наблюдать, анализируя статусные группы населения. Представители групп с низким уровнем образования и материального статуса чаще склонны к выраженной замкнутости, добровольно или вынужденно отказываясь от доверительного общения. Природа такого поведения может быть как социально обусловленной, так и связанной с психологическими проблемами, свойственными депривированным группам.

Данные исследования показывают, что 9% опрошенных регулярно получают значимую для себя материальную помощь от проживающих отдельно родственников или друзей. Получение такого вида поддержки от социального окружения несколько различается по демографическим группам (рисунок 19). Уровень дифференциации не очень высок (порядка 3-5 п.п.), однако различия иллюстрируют актуальные закономерности: чаще других трансферты получают достаточно молодые люди, а также женщины старшего возраста. Реже всего реципиентами выступают представители средней возрастной когорты.

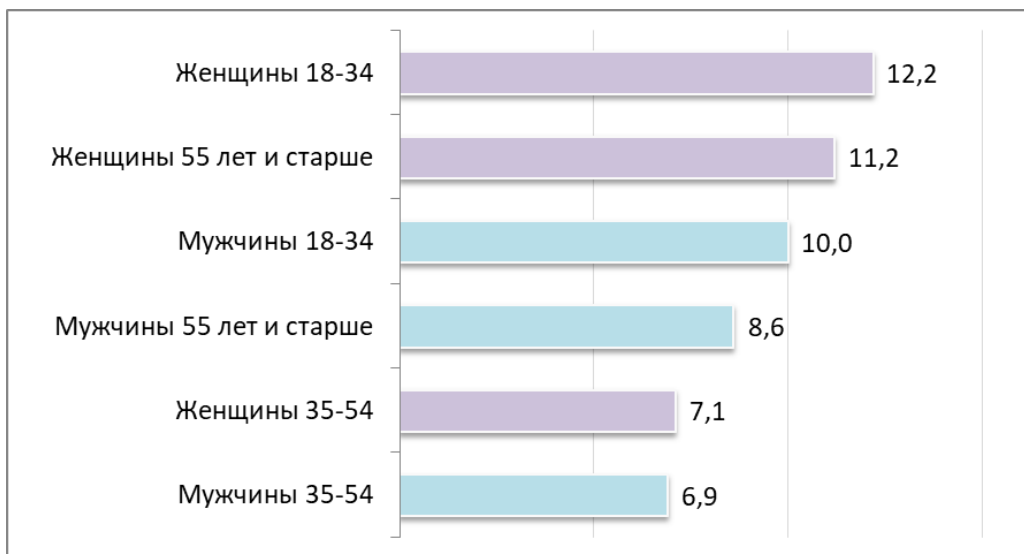


Рис. 19. Получение регулярной значимой материальной помощи от проживающих отдельно родственников / друзей, %

Примечание – Источник: расчеты авторов по данным репрезентативного социологического опроса «Стратификация», ИНСАП РАНХиГС; 5018 респондентов, апрель 2022 г.

Около 82% респондентов считают, что в случае необходимости смогут рассчитывать на какую-либо помощь со стороны хотя бы одного из акторов персонального или институционального социального окружения (к подобным субъектам в исследовании отнесены родственники, друзья, коллеги, государственные органы, общественные и религиозные организации). В наиболее уязвимой ситуации, когда возможности получения такой помощи не отмечаются даже гипотетически, находятся представители старших возрастных когорт, а также группы населения, обладающие ограниченной обеспеченностью собственными ресурсами (здоровья, стабильной занятости, сбережений).

Субъектной группой, на представителей которой возлагаются наиболее массовые надежды, ожидаемо являются родственники (73%). В полтора раза реже россияне надеются на друзей и коллег. 18% рассчитывают на помощь государственных органов. Наименее перспективными, по мнению респондентов, являются ожидания от общественных организаций (рисунок 20).

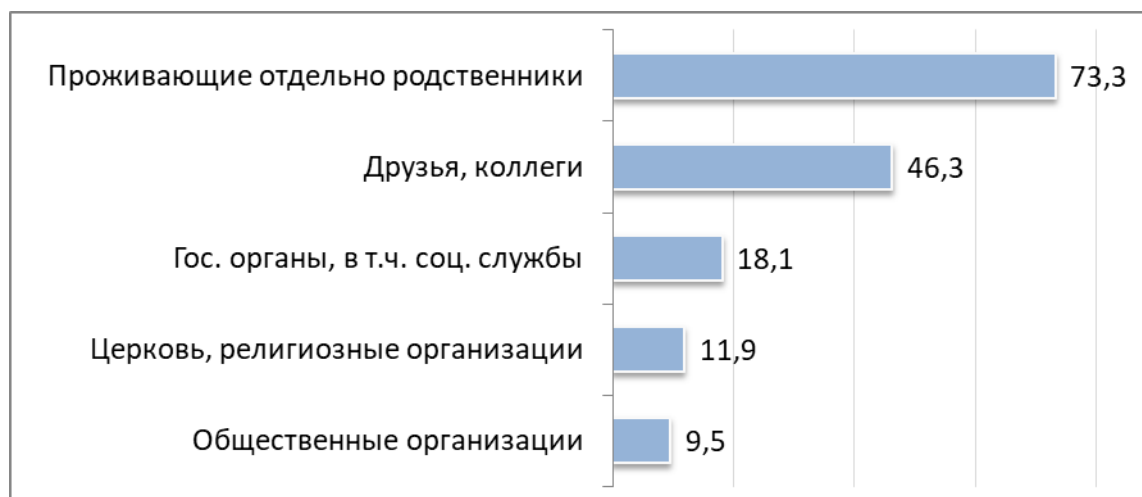


Рис. 20. Субъектные группы, воспринимаемые потенциальными акторами помощи и поддержки в случае необходимости, %, допускалось несколько ответов

Примечание – Источник: расчеты авторов по данным репрезентативного социологического опроса «Стратификация», ИНСАП РАНХиГС; 5018 респондентов, апрель 2022 г.

Обозначенные приоритеты по субъектам потенциальной помощи характерны для представителей всех демографических групп. При этом можно отметить различия в наполненности групп населения, характеризующихся субъективным потенциалом получения соответствующей помощи (таблица 3).

Таблица 3

Субъектные группы, воспринимаемые потенциальными акторами помощи и поддержки в случае необходимости, по возрастным и гендерным группам, апрель 2022 г., %, допускалось несколько ответов

Субъектные группы	Возрастные группы			Гендерные группы	
	18-34 года	35-54 года	55 лет и старше	Мужчины	Женщины
Проживающие отдельно родственники	82,4	71,1	68,9	74,6	72,3
Друзья, коллеги	60,7	48,4	32,0	51,8	41,7
Гос. органы, в т.ч., соц. службы	23,2	17,4	14,9	18,0	18,3
Церковь, религиозные организации	14,5	12,9	8,6	12,1	11,7
Общественные организации	15,7	9,2	5,0	10,2	9,0

Примечания:

1 Источник: расчеты авторов по данным репрезентативного социологического опроса «Стратификация», ИНСАП РАНХиГС; 5018 респондентов, апрель 2022 г.

2 Цветовая шкала иллюстрирует диапазон значений от наиболее низких (красная заливка ячеек) до наиболее высоких (зеленая заливка ячеек).

Суммирование количества субъектных групп, имеющих в восприятии респондентов потенциальную ресурсную значимость, позволяет определить уровень субъектной широты ресурсных социальных взаимодействий, выражающей уровень социального капитала. Отсутствие социального капитала характеризует 18% опрошенных. Около двух третей (65%) отметили до двух таких субъектных групп и составляют группу населения со средним социальным капиталом с точки зрения его субъектной широты. Высокий уровень, то есть возможность результативного обращения к представителям трех и более субъектных групп, отвечает представлениям 17% россиян. При этом отмечаются возрастные особенности, в соответствии с которыми по мере перехода в каждую следующую когорту субъектная широта потенциально полезных социальных связей существенно снижается (рисунок 21).

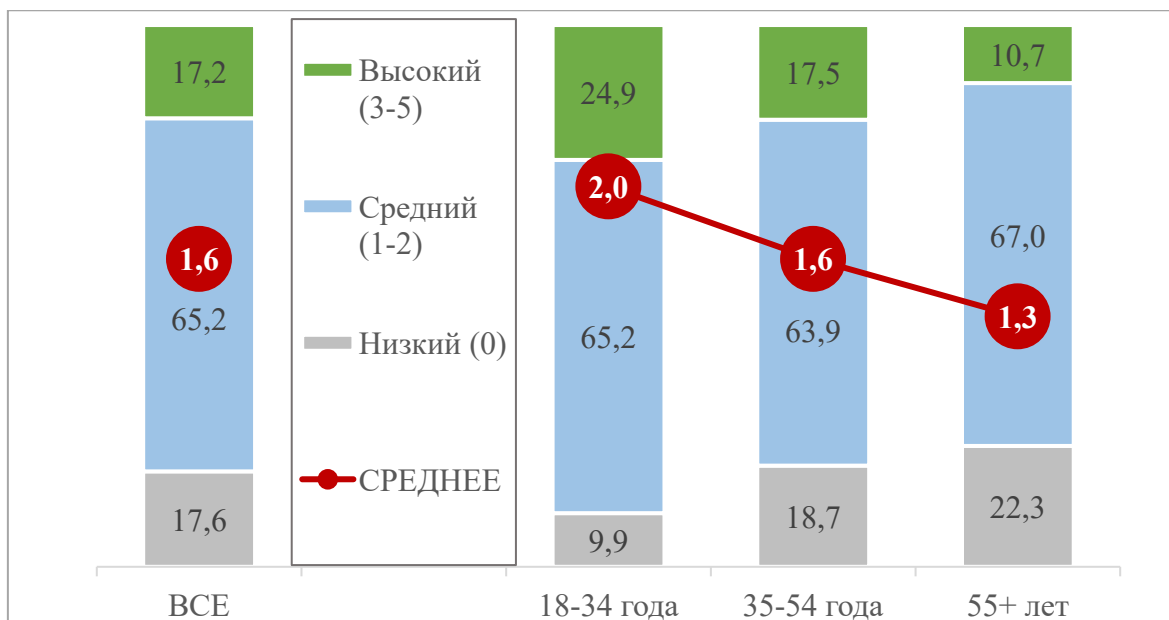


Рис. 21. Уровень субъектной широты ресурсных социальных взаимодействий (количество субъектных групп потенциальной помощи и поддержки), по возрастным группам, %

Примечание – Источник: расчеты авторов по данным репрезентативного социологического опроса «Стратификация», ИНСАП РАНХиГС; 5018 респондентов, апрель 2022 г.

Наиболее распространенными видами потенциально ожидаемой помощи со стороны социального окружения являются вербальные, коммуникативные действия. Подавляющее большинство опрошенных утверждают, что социальное окружение в случае необходимости может предоставить возможность дружеского разговора, а также возможность получить моральную поддержку или совет. Несколько реже актуальным видом потенциальной поддержки выступает помощь в бытовых вопросах.

Около половины россиян в случае необходимости надеются на помощь от социального окружения в виде финансовой поддержки или помощи в трудоустройстве (рисунок 22).

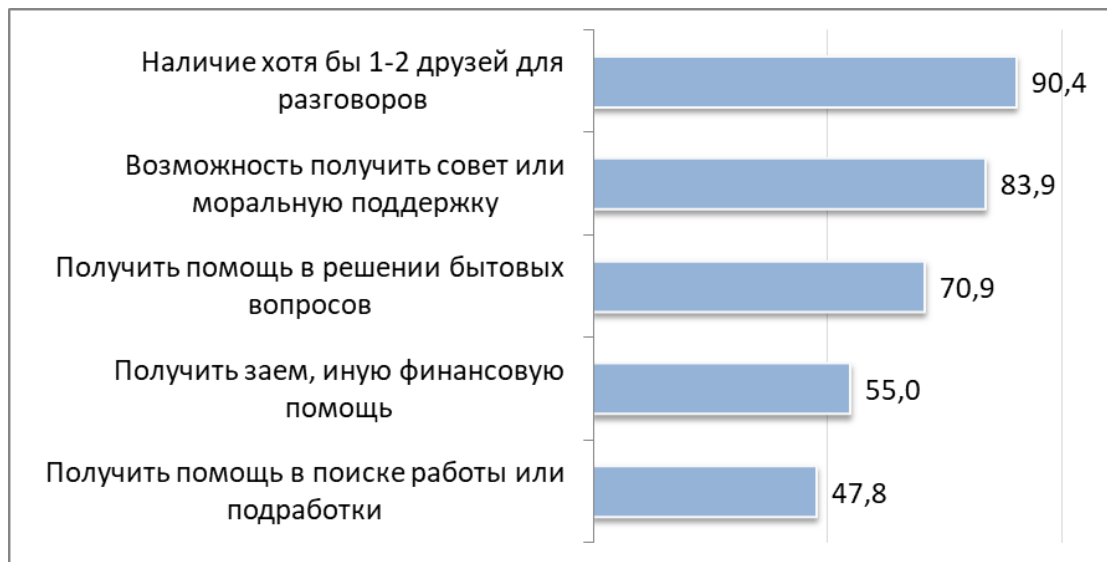


Рис. 22. Виды потенциально ожидаемой помощи со стороны социального окружения, %, допускалось несколько ответов

Примечание – Источник: расчеты авторов по данным репрезентативного социологического опроса «Стратификация», ИНСАП РАНХиГС; 5018 респондентов, апрель 2022 г.



## Заключение

Изученные теоретико-концептуальные подходы к исследованию стиля и образа жизни позволили выделить четыре основных направления их понимания в современных социальных науках. Согласно первому, стиль и образ жизни является отражением и реализацией статусной, классовой позиции, задаваемой габитусом, объемом и структурой форм капиталов (экономического, социального, культурного, символического) в различных социальных полях. Второй подход предполагает отражение экономической и социально-культурной модернизации, как результата процесса разделения общественного труда или смены ценностных ориентаций. Третий подход закрепляет рассмотрение стиля и образа жизни как результата «жизненной политики», выбираемой рефлексирующим индивидом, выстраивающим свои практики и идентичность в условиях позднего модерна. Последний вектор обращен на исследовательское рассмотрение реализуемых жизненных практик в условиях «потребительского общества».

В ходе работы решен комплекс задач, состоящий в анализе особенностей потребительского поведения в период стабилизации эпидемиологической обстановки и, при этом, актуализации новых социально-экономических рисков в первой половине 2022 года. Было выявлено, что использование практик потребления услуг и товаров в онлайн-режиме существенно дифференцировано по возрастным, поселенческим и доходным группам российского населения. При этом распространенность данных практик как среди населения страны в целом, так и в числе большинства выделяемых социально-демографических групп, является достаточно существенной.

Актуализация новых социально-экономических рисков привела к взрывной напряженности на потребительском рынке к концу первого квартала текущего года. Подавляющее большинство российского населения отметило значимый рост цен на привычно потребляемые товары и услуг. Инфляционные ожидания летом существенно сгладились, но остаются при этом достаточно значительными. Явственно проявилась новая тенденция возникновения сегментарного дефицита обычно потребляемых товаров, что привело к воспроизводству практик создания товарных запасов различными группами россиян.

Пандемия коронавируса и административные меры, ограничивающие социальную активность и возможности проведения досуга, привнесли в жизнь россиян

ощущение «новой реальности», потребовавшей комплекса специальных адаптационных усилий. По истечении года, прожитого в условиях коронавирусной пандемии, весной 2021 г. более половины опрошенных отметили изменение осуществляемых рекреационно-досуговых практик.

Социологические замеры 2022 года показывают, что большинство россиян удовлетворены своим досугом, но при этом доля полностью удовлетворенных составляет только 35% населения. В июне текущего года, на вопрос о наличии изменений в ранее привычных формах проведения досуга за несколько предшествующих месяцев, соответствующие изменения зафиксировали более четверти опрошенных, а среди наиболее активной группы населения (от 18 до 34 лет) доля подобных оценок составила около трети. Возможное развитие негативных социально-экономических и социально-психологических трендов будет способствовать воспроизводству барьеров реализации продуктивных рекреационно-досуговых практик. Подобная ситуация может привести к углублению и закреплению негативного эмоционального фона в обществе, а также содержит в себе институциональные риски снижения человеческого капитала россиян.

Большинство российского населения имеет значимый потенциал социальных взаимодействий, который, согласно ожиданиям, в случае необходимости может быть конвертирован как в моральную, так и в материальную поддержку. Проблемой при этом представляется тот факт, что основные надежды возлагаются на межличностные, а не на институциональные контакты. В условиях нестабильности, затрагивающей массовые группы населения, можно ожидать снижения возможностей многих участников объектно-субъектных цепочек социальных взаимодействий, что является значительным риском социального неблагополучия.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Stevenson N. Lifestyle // The Cambridge Dictionary of Sociology, Tucker S. Brian (ed.) – New York: Cambridge University Press, 2006. P. 339
- 2 Hradil S. Eine Alternative? Einige Anmerkungen zu Thomas Meyers Aufsatz. Das Konzept der Lebensstile in der Sozialstrukturforschung [An alternative? Some remarks on Thomas Meyer's article on «The concept of lifestyles in the study of social structure»] // Soziale Welt. 2001. No. 52 (3). Pp. 273–282.
- 3 Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. М.: Политиздат. 1957. Т.8. – 689 с.
- 4 Веблен Т. Теория «праздного класса». М.: Прогресс, 1984 – 367 с.
- 5 Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. М.: Канон, 1996. – 432 с.
- 6 Теннис Ф. Общность и общество: Основные понятия чистой социологии. СПб.: Владимир Даль, 2002. – 386 с.
- 7 Вебер М. Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990 – 808 с.
- 8 Вебер М. Основные понятия стратификации // Социс. 1994. №5. С. 146-156.
- 9 Simmel G. The Philosophy of Money, ed. David Frisby. London: Routledge, 2004 – 543 p.
- 10 Зиммель Г. Мода // Зиммель Г. Избранное. Т.2. Созерцание жизни. – М.: Юристъ, 1996. С. 266-291.
- 11 Zablocki B.D., Rosabeth M.K. The differentiation of life-styles // Annual Review of Sociology. 1976. No. 2. Pp. 269–298.
- 12 Sobel M.E. Lifestyle and Social Structure: concepts, definitions, analyses. New York: Academic Press, 1981 – 226 p.
- 13 Sobel M.E. Lifestyle expenditures in contemporary America: relations between stratification and culture // American Behavioral Scientist. 1983. No. 26 (4). Pp. 521-533.
- 14 Бурдьё П. Социология политики. М.: Socio-Logos, 1993 – 336 с.
- 15 Бурдьё П. Различение: социальная критика суждения // Экономическая социология. 2005. Т. 6. № 3. С.25-49.
- 16 Giddens A. Modernity and self-identity. Stanford (California): Stanford university press, 1991 – 256 p.
- 17 Chaney D. Lifestyles. London: Routledge, 1996 – 208p.
- 18 Beck U. From Industrial Society to the Risk Society // Theory, Culture and Society. 1992. February, Vol. 9. No.1. P.97–123.

- 19 Beck U. Risk Society. London, Thousand Oaks and New Delhi: Sage, 1992 – 260 p.
- 20 Svarplys A., Morkevicius V. Political Sociology. Kaunas: Vytautas Magnus University, 2013 – 158 p.
- 21 Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. М.: Культурная революция; Республика, 2006. – 269 с.
- 22 Инглхарт Р., Вельцель К. Модернизация, культурные изменения и демократия: Последовательность человеческого развития. М.: Новое издательство, 2011. – 464 с.
- 23 Пушкарева Н.Л. «История повседневности» и этнографическое исследование быта: расхождения и пересечения // Гласник этнографског института САНУ (Белград, Сербия). 2005. № 53. С. 21-34.
- 24 Сохань Л.В., Головаха Е.И., Тихонович В.А. Стиль жизни личности: теоретические и методологические проблемы. К.: Наукова думка, 1982 – 307 с.
- 25 Бевзенко Л.Д. Жизненный успех, ценности, «стили жизни» // Социология: теория, методы, маркетинг. 2007. № 4. С. 132-151.
- 26 Домаранская А.А. Стиль жизни: структурные и личностные детерминанты // Социологический альманах. 2014. № 5. С. 464-478.
- 27 Методология и методика системного изучения советской деревни. / Отв. ред. Заславская Т.И. – Новосибирск: Наука, 1980 – 344 с.
- 28 Народное благосостояние: методология и методика исследования. / Отв. ред. Римашевская Н.М., Оников Л.А. – М.: Наука, 1988 – 302 с.
- 29 Советский простой человек. Опыт социального портрета на рубеже 90-х. / Отв. ред. Ю.А. Левада. – М.: Мировой океан, 1993 – 299 с.
- 30 Римашевская Н.М., Маркова Н.Е., Крошилин С.В. Методология комплексного мониторинга населения в Таганроге. // Народонаселение. 2013. №4. С.73-85.
- 31 Образ жизни в условиях перестройки / Отв. ред. Возьмитель А.А. – М.: Институт социологии РАН, 1992 – 171 с.
- 32 Советский образ жизни. Состояние, мнения и оценки советских людей / Отв. ред. Левыкин И.Т., Возьмитель А.А. – М.: ИСИ АН СССР, 1984 – 163 с.
- 33 Рощина Я.М. Дифференциация стилей жизни россиян в поле досуга // Экономическая социология. 2007. Т. 8. № 4. С. 23-40.

- 34 Абрамов Р.Н., Зудина А.А. Социальные инноваторы: досуговые практики и культурное потребление // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2010. № 6 (100). С. 134-142.
- 35 Гурова О.Ю., Харченко Ю.В. Спортинг: спорт, досуг и стили потребления в современной России // Экономическая социология. 2010. Т. 11. № 2. С. 73-90.
- 36 Корсунова В.И. Публичные досуговые практики в России: статусные различия и структурные особенности // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2017. № 5. С. 194-213.
- 37 Викторова О.В. Типологизация социальных групп на основе стиля жизни // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2017. № 10(84): в 2-х ч. Ч. 1. С. 36-39.
- 38 Киселев Е.А. Анализ потребительского поведения в контексте стиля жизни современных российских предпринимателей // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2013. №2. С. 65-71.
- 39 Николаева О.В. Стиль жизни пенсионеров как социологическая проблема (на основе конкретно-социологических исследований в г. Казани) // Известия Саратовского университета. 2011. Т. 11. Серия Социология. Политология. Вып. 4. С.30-36.
- 40 Молодежь в городе: культуры, сцены и солидарности. / Отв. ред. Омельченко Е.Л. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. – 502 с.

**В СЕРИИ ПРЕПРИНТОВ  
РАНХиГС РАССМАТРИВАЮТСЯ  
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ  
И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ  
К СОЗДАНИЮ, АКТИВНОМУ  
ИСПОЛЬЗОВАНИЮ  
ВОЗМОЖНОСТЕЙ  
ИННОВАЦИЙ В РАЗЛИЧНЫХ  
СФЕРАХ ЭКОНОМИКИ  
КАК КЛЮЧЕВОГО УСЛОВИЯ  
ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ**

Хасанова Р.Р.



**РАНХиГС**  
РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА  
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ