

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ОБЗОРЫ

Е. С. Горбань

Обзор социологических теорий и интерпретация понятия «стиль жизни»: от классового общества до постмодерна¹



ГОРБАНЬ (СУХОВА)
Елена Сергеевна — магистр социологии НИУ ВШЭ, специалист по маркетингу, Mattel Russia LLC (Москва, Россия).

Email: helen1721@yandex.ru

В обзоре систематизированы основные теоретические подходы в социальных науках к понятию «стиль жизни», а также связанные с ними эмпирические исследования. Рассматриваются также элементы этого понятия с точки зрения различных концепций. Основная цель работы заключается в поиске смыслов, вкладываемых разными исследователями в понятие «стиль жизни». В статье представлены как широко известные работы в области исследований стиля жизни, так и малоизвестные в России, в том числе франкоязычные труды; сделан равный акцент на теоретическую базу и эмпирические исследования, что позволяет дать наиболее полную характеристику феномена стиля жизни. Особое внимание уделяется парадигме стиля жизни французского социолога Пьера Бурдьё, созданной в конце XX века, у которой наряду с широким кругом последователей возникла также плеяда критиков. В данной работе рассматриваются исследования тех и других. Бурдьё эмпирически подтвердил последовательность во вкусах людей, связав потребительские предпочтения с социальным классом, воспитанием и, самое главное, с привычкой. Он открыто заявил о том, что склонности человека к тому или иному виду деятельности, хобби, даже предпочтения в еде можно объяснить внешними факторами и уровнем образования человека. Однако с переходом в XXI век общество меняется и теория Бурдьё оказывается не всегда релевантной. Именно с приходом общества потребления начинает формироваться новый тип сознания, иной тип потребления, а значит, и стиля жизни — постмодернизм, который отрицает логику и последовательность выбора, но настаивает на смешении, эклектике, множественности, иррациональности. Именно таким становится стиль жизни в эпоху потребления.

Ключевые слова: стиль жизни; общество потребления; постмодернизм; классовое общество.

Введение. Ключевые работы в области изучения стилей жизни: примеры исследований в разных странах мира

«Стиль жизни» — сложное и многокомпонентное понятие, сама суть которого определяется через его составляющие. Если обобщить подходы, далее

¹ Обзор подготовлен на основе магистерской диссертации; доклад по данной теме был представлен на семинаре Лаборатории экономико-социологических исследований (ЛЭСИ) НИУ ВШЭ в декабре 2012 г. Автор выражает особую признательность канд. экон. наук Я. М. Роциной за ценные комментарии и предложения, высказанные в ходе подготовки диссертации и данной статьи.

рассматриваемые в настоящей статье, то можно выделить основные компоненты стиля жизни, исследуемые учёными в социальных науках: структура и различные характеристики потребления, уровень и качество образования, культурные и досуговые практики, а также принадлежность к определённой социальной группе или классу.

Многокомпонентность понятия «стиль жизни» привела к тому, что его теоретическое обоснование зачастую следовало за эмпирическими исследованиями, по-разному трактовавшими его содержание. Целью данной статьи является описание и систематизация существующих теоретических и эмпирических концепций стиля жизни как социального феномена, которые могут быть одновременно и взаимообусловленными, и противоречащими друг другу.

Одной из первых теоретических работ в области изучения стилей жизни стал опубликованный в 1899 г. труд американского социолога и экономиста Т. Веблена «*The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions*» («Теория праздного класса: экономическое исследование институтов»), хотя в нём ни разу не встречается наиболее часто используемый ныне термин *lifestyle*. Веблен использует в качестве синонимов несколько словосочетаний: *scheme of life* (чаще всего), *way of life*, *manner of life*, *habit of life*, *mode of life*, которые на русский язык переводятся как «стиль жизни», «образ жизни», «уклад жизни». У Веблена нет чёткого определения этого понятия, но, несмотря на это, очевидно, что оно включает различные досуговые виды деятельности и особенности потребления, характерные для той или иной социальной группы. Свой труд исследователь посвятил изучению возникновения и особенностей стиля жизни только одной социальной группы — высшего класса, для которого были характерны лишь несколько видов занятий — управление, военное дело, религия, спорт и развлечения [Веблен 1984: 22–26]. Введённые понятия «демонстративное потребление» и «демонстративная праздность» означали стремление представителей *праздного* (то есть высшего) класса идентифицировать себя со своей социальной группой и отделиться от других.

Идея взаимосвязи образа жизни и социального положения была продолжена М. Вебером, который связал концепцию стиля жизни с понятием «статусная группа», и, согласно его трактовке, «экономические классы стратифицированы по их отношению к производству и способам доступа к благам, статусные же группы — по своим принципам потребления благ, выраженным в образе жизни» [Вебер 1992: 36]. По отношению к статусной группе стиль жизни выступает и как системообразующая категория, и как символ принадлежности к ней.

В развитие концепции стиля жизни внёс свой вклад Т. Парсонс в работе «*An Analytical Approach to the Theory of Social Stratification*» («Аналитический подход к теории социальной стратификации», 1940). Парсонс полагал, что «важным компонентом жизненного уровня (и стиля жизни) везде является символическое значение, которое имеют многие предметы этого “уровня” для “статуса”» [Парсонс 1992: 131]. В теории функционализма понятие «стиль жизни» приобретает совершенно определённую роль: социальная стратификация предполагает наделение престижем и уважением тех видов поведения, которые необходимы обществу, а демонстрация этого престижа возможна через стиль жизни.

Что касается ранних эмпирических исследований стиля жизни, одной из первых в этой области стала работа немецкого экономиста и статистика Э. Энгеля «*Des Rechnungsbuch der Hausfrau und seine Bedeutung im Wirtschaftsleben der Nation*» («Книга счётов домохозяйки и её значение в экономической жизни нации») [Engel 1882]. На данных о бюджетах бельгийских семей Энгель выявил негативную связь между уровнем дохода в домохозяйстве и долей расходов на питание. Этот вывод был подвергнут сомнению французским философом и социологом М. Хальбваксом, который в работах «*La classe ouvrière et les niveaux de vie*» («Рабочий класс и уровень жизни») [Halbwachs 1913] и «*L'évolution des besoins dans les classes ouvrières*» («Эволюция потребностей рабочего класса») [Halbwachs 1933]

утверждал, что уровнем дохода не всегда можно объяснить распределение бюджета семьи в различных стратах. Согласно его теории, социальные связи и отношения детерминируют потребности и в итоге структуры потребления в различных социальных группах. Потребности и их реализация в ежедневном потреблении отражают присущую каждой социальной категории культуру и степень участия в общественной жизни. Таким образом, потребление представляет собой социальную конструкцию и объясняется не столько уровнем дохода, сколько уровнем жизни как таковым. Работы Энгеля и Хальбвакса можно с полным основанием считать одними из первых эмпирических исследований стиля жизни.

Затем, в середине 1930-х гг., концепция стиля жизни была подхвачена эмпириками, заложившими основу маркетинговых исследований в США, для которых вкусы, ценности и потребительские практики людей являются фундаментом разработки маркетинговых стратегий продвижения товара на рынке. Одним из основоположников такого подхода является П. Лазарсфельд. Его подход нашёл отражение, в частности, в совместном исследовании с Е. Катцом, опубликованном в 1955 г.: «*Personal Influence*» («Личное влияние») [Katz, Lazarsfeld 1955]. Главная черта американских исследований 1930–1950-х гг. — различное понимание как самого понятия «стиль жизни», так и соответствующих эмпирических методов его изучения.

Наряду с американской французская социологическая школа изучения стиля жизни является одной из сильнейших. Большинство эмпирических исследований во Франции описывают стили жизни именно определённых социальных групп, например, городских жителей или жителей пригородов [Kaes 1963], профессиональной группы [Boltanski 1982], студенческого сообщества [Bourdieu, Passeron 1964]. Работы этих исследователей показали, что стили жизни определяются как демографическими и экономическими параметрами, так и психологическими и социальными характеристиками, в том числе интересами, вкусами, уровнем образования и определёнными моральными ценностями.

Началом нового этапа изучения взаимосвязи потребительских практик, вкусов и социального статуса послужил выход в 1979 г. монографии французского социолога П. Бурдьё «*La distinction. Critique sociale du jugement*» («Различение: к социальной критике суждения»), где он предложил свою концепцию стилей жизни и парадигму социальных полей. Бурдьё предлагает концепцию классов, основанную не только на структуре и объёмах имеющихся капиталов (прежде всего культурного и экономического), а также на других параметрах (таких как социальное происхождение, возраст и другие), но и на структуре отношений, которая оказывает влияние на практики и приписываемые им смыслы [Bourdieu 1979: 118]. Класс является конструктором, а не реальным объектом. Социальное же пространство представляет собой структуру позиций индивидов и включает различные поля в зависимости от рассматриваемых практик. В своём эмпирическом исследовании Бурдьё показал, что в социальном пространстве позиции классов можно представить в зависимости от соотношения видов капитала [Bourdieu 1979: 140]. Таким образом, различные соотношения у людей экономического (измеряемого на уровне доходов, должности, социального класса и т. п.) и культурного (уровень образования, количество прочитанных книг, частота посещения культурных мероприятий) капиталов являются основой для образования различных социальных групп.

Основной принцип, который использовал Бурдьё при делении на классы, — это доминирующая или подчинённая позиция индивида в обществе. Так, существует доминирующая группа, характеризующаяся преобладанием экономического капитала над культурным, к которой в основном относятся крупные предприниматели. И существует так называемая новая буржуазия — группа людей, занятых в быстро развивающемся обслуживающем секторе (маркетинг, реклама, PR). Люди, принадлежащие к данной группе, помимо экономического капитала, обладают ещё и культурным капиталом. Наконец, группа учителей и интеллектуалов характеризуется более низким экономическим и более высоким

культурным капиталом. Также есть пролетариат, характеризующийся низким уровнем как экономического, так и культурного капитала. Пролетариат занимает подчинённую позицию в обществе.

П. Бурдьё подробно анализирует стили жизни и практики потребления, присущие вышеупомянутым группам, а также придаёт большое значение взаимодействию двух типов капиталов в данных группах. Например, он приходит к выводу, что «предпочтения в сфере питания зависят также от представлений того или иного класса о теле и о воздействии, оказываемом пищей на тело, то есть на его силу, здоровье и красоту, а также от категорий, которые он использует для оценки этих воздействий; при этом некоторые из них могут иметь значение для одного класса и не приниматься в расчёт другим» [Бурдьё 2005]. Эмпирические исследования показали, что рабочие, которые уделяют большее внимание физической силе тела, чем его форме, имеют тенденцию потреблять продукты одновременно дешёвые и сытные, в то время как представители либеральных профессий предпочитают употреблять продукты вкусные, полезные для здоровья [Бурдьё 2005: 38]. Главный же вывод состоит в том, что различным классам, обладающим разными объёмами капиталов, присуща своя особая структура потребительских практик, в частности, выражающаяся в различиях доли доходов, расходуемых на питание, культуру и внешность [Бурдьё 2005: 35]. Таким образом, система условий жизни разных классов порождает различия в габи-тусе, а они, в свою очередь, — в стилях жизни.

Работа П. Бурдьё положила начало целому ряду современных западных эмпирических исследований стиля жизни и социального пространства.

Так, один из последователей подхода П. Бурдьё, британский исследователь М. Томлинсон, на основе анализа эмпирических данных о потреблении англичан в 1985–1992 гг. приходит к выводу, что, несмотря на многочисленные социальные теории, посвящённые так называемому размыванию стилей жизни и практик потребления, для английского общества все столь же значимыми остаются понятия «социальный класс», «профессиональная группа» и «пол» как детерминанты стиля жизни [Tomlinson 2003: 2]. Результаты, полученные в ходе данного исследования, показали, что так называемые посттрадиционные социальные группы, о которых много говорят социологи, придерживающиеся постфордистских взглядов, не формируются в английском обществе. На базе выбранных переменных автору удалось выделить четыре основных стиля жизни: здоровый, умеренный, нездоровый и активный [Tomlinson 2003: 13]. Оказалось, что наиболее нездоровый стиль жизни (употребление спиртного, курение и посещение публичных домов) характерен для социальных групп, находящихся внизу иерархической лестницы.

Известный американский социолог Дуглас Хольт в работе 1997 г. «*Distinction in America? Recovering Bourdieu's Theory of Tastes from Its Critics*» («Различение в Америке? Критика возрождающейся теории Бурдьё о вкусах») рассматривает, в какой степени теории Бурдьё и его последователей применимы к современному североамериканскому обществу [Holt 1997]. В данной работе автор анализирует основные пункты критики теории вкусов Бурдьё, уточняет роль социально-исторического контекста в теории Бурдьё на примере Соединённых Штатов. По мнению автора, теория Бурдьё требует более точной операционализации понятий, и именно её Д. Хольт видит целью своей работы. В целом основу критической позиции Хольта в отношении работ Бурдьё составляет отрицание автором последовательности во вкусах различных классов. Так, по мнению Хольта, бедняки верят в «социальные лифты» и тянутся в своих предпочтениях к высшим классам [Holt 1997]. Таким образом, Хольт полагает, что между классами существует не только антагонизм, но и взаимное притяжение, заимствование некоторых черт.

Известным последователем и одновременно критиком П. Бурдьё является французский социолог Б. Лаир. Особенно важным вкладом в развитие концепции стиля жизни считается его спецификация теории социальных полей. Неустойчивые по своей природе стили жизни представляют собой различные модели самоидентификации, которые люди выбирают не в прямой зависимости от их классовых, половых, возрастных или этнических характеристик [Lahire 1998].

Крайне важной в критике Бурдьё является и идея Б. Лаира о том, что габитус, будучи главной детерминантой стиля жизни, предполагает различный опыт социализации индивида, и именно этот опыт делает людей и их вкусы многогранными, не сводимыми к единым классовым предпочтениям [Lahire 1998]. Социолог утверждает, что принадлежность человека к тому или иному классу не даёт полного основания для автоматического определения его вкусов и ценностей и для формирования вкусов и привычек существует множество условий и предпосылок, они разнообразны и отличны друг от друга. Двумя основными задачами работы «*La culture des individus*» («Культура индивидов»), опубликованной в 2004 г., Лаир считает анализ, во-первых, культурных предпочтений и практик в дифференцированных современных обществах, где существует сильное разделение трудовых функций и их разнообразие, и, во-вторых, социальных особенностей становления личности [Lahire 2004: 10].

Исследователь признаёт необходимость в изменении взгляда на культурную сферу, утверждая, что «граница между легитимной культурой (под которой понимается именно “высокая культура”) и нелегитимной, то есть субкультурой, разнообразными культурными практиками, пролегает не только между различными социальными классами, но и между культурными предпочтениями у людей из одного класса» [Lahire 2004: 13]. Лаиром были проведены 111 интервью и проанализированы данные за 1997 г. статистического исследования «*Des pratiques culturelles des Français*» («Культурные практики французов»), ежегодно проводимого Министерством культуры и связи Франции. Он полагает, что единственный возможный способ изучения различий в культурных предпочтениях людей — это двухуровневый подход, который предполагает, с одной стороны, индивидуальный анализ (личные пристрастия и предпочтения индивидов, их предшествующий культурный опыт и т. д.), а с другой — изучение общественных изменений, вызвавших трансформации предпочтений.

Ещё одним ярким представителем современного направления изучения культурных практик во Франции является Ф. Куланжон. Основой для его труда послужили данные Национального института статистики и экономических исследований Франции (Institut national de la statistique et des études économiques, INSEE)² о частоте посещения людьми тех или иных культурных мероприятий во Франции [Coulangeon 2005]. Исследователем была замечена тенденция по увеличению расходов на культурный досуг жителей Франции и в целом Европы, в чём он усматривает серьёзные социальные изменения в стилях жизни людей и в общей модели самоидентификации населения Европы. Социолог задаётся вопросом: является ли подобная финансовая тенденция свидетельством демократизации и более свободного доступа к культурному досугу? Стал ли культурный досуг унифицированной формой, вариантом стиля жизни для европейцев либо, наоборот, увеличение расходов свидетельствует о фрагментации, разграничении и разделении предпочтений в стилях жизни?

Ф. Куланжон под культурными практиками понимает общие досуговые практики, представляющие собой деятельность по потреблению каких-либо интеллектуальных или творческих ресурсов, которая включает получение эстетического удовольствия и является частью определения стилей жизни (к культурным практикам в данном случае относятся чтение, посещение культурных мероприятий, музеев, кинотеатров, концертов, прослушивание музыки, а также хобби, увлечения). Автор замечает, что культурные практики населения представляют интерес не только для культурологов, но являются значимым аспектом социальной стратификации, социального неравенства и социальных связей в обществе. Он признаёт, что социология П. Бурдьё послужила связующим звеном между характеристиками, составляющими понятие «стиль жизни», и переменными социального статуса.

Ф. Куланжон подчёркивает важную мысль Бурдьё: вкусы людей и осуществляемые ими практики потребления формируют как систему предпочтений социальных групп, так и систему нежелательных практик, то есть тех практик, которые тот или иной социальный класс *никогда не выберет* для себя.

² См. URL: <http://www.insee.fr/fr/default.asp>

Таким образом, Бурдьё создаёт социальное пространство вкусов и предпочтений (это пространство основано на обладании капиталом разного рода — экономического или культурного). *Различение* как таковое наблюдается как раз между высшими и низшими классами: высшие классы являются авангардом в области культуры и науки, они характеризуются более высоким уровнем эстетических потребностей, образования и т. д.

Фундаментальная книга социологов Н. Эрпина и Д. Вержера «*Consommation et modes de vie en France*» («Потребление и стили жизни во Франции»), посвящённая стилям жизни и потребительским практикам во Франции, впервые увидевшая свет в 2000 г., а затем переизданная в 2008 г., объединяет одновременно экономический и социологический подходы к изучению потребления и стилей жизни во Франции на протяжении полувека [Herpin, Verger 2008]. В переиздании авторами отмечаются значительные изменения, произошедшие в обществе на протяжении этого времени. Неодновременный характер в разных сферах общественной жизни, а также неоднозначный и не всегда положительный эффект, который они производят, представляют собой важный аспект этих трансформаций. Примеры таких изменений, сильно повлиявших на стили жизни, — возникновение Интернета и развитие автомобильной индустрии. Книга является уникальным образцом подобного исследования в том смысле, что сочетает одновременно экономико-социологический и культурно-исторический подходы и наглядно демонстрирует портрет и динамику общества на протяжении полувека. В каждой из девяти частей исследования рассматриваются отдельные сферы потребления (продукты питания, одежда, жильё, транспорт, досуг и здоровье) и их связь со стилями жизни людей. В книге подчёркивается, что сегодняшнее французское общество консьюмеризовано в высшей степени, и консьюмеристские ценности меняют поведение людей, ставят под угрозу традиции потребления и оказываются причиной постепенного исчезновения культуры и национальной идентичности.

Во французской традиции исследование стилей жизни часто начинается с анализа распределения бюджетов времени и расходов семей и домохозяйств: рассматриваются общие доходы семьи и расходы по различным статьям потребления, средние расходы индивида в месяц, качество потребляемых продуктов (категории, потребляемые богатыми и бедными).

Исследования известного специалиста по социальной стратификации Дж. Голдтропа и его коллег также обращают внимание на взаимосвязь позиции в социальной структуре и стиля жизни. Лейтмотив одной из работ, посвящённых взаимосвязи различных социальных показателей и стратификации, — проверка на эмпирических данных тезиса о том, что социальные иерархии и социальные структуры не являются детерминантами выбора предпочтений в области культуры [Goldthorpe, Wing Chan 2007]. В исследовании показано, что многие люди не принимают участия в культурной жизни, несмотря на высокий уровень экономического благосостояния и социальный статус (сознательно выбирают неучастие в культурной жизни и непосещение культурных мероприятий, им свойственна определённая самоизоляция от культуры). Однако в целом статусные и доходные характеристики людей и их предпочтения в области культуры и досуга, посещения различных мест оказались взаимосвязанными.

Среди российских работ, обнаруживающих тесную взаимосвязь социального класса и стиля жизни, можно отметить исследование группы российских социологов о средних классах, проведённое под руководством Т. Малевой в начале 2000-х гг., где ставится вопрос об отличительных особенностях стиля жизни среднего класса в России [Малева и др. 2003]. В частности, в выделенных полях материального потребления, досуга, здравоохранительных практик, трудового и финансового поведения, политической активности были обнаружены различия между средним классом и другими социальными группами в России.

Трансформация теорий стиля жизни под влиянием концепции общества постмодерна

Разговоры о формировании нового типа общества, а именно общества постмодерна, начались ещё в конце 1970-х — начале 1980-х гг. и по своей сути напоминали споры о постиндустриальном обществе. Первым социальным философом, заговорившем о возникновении общества постмодерна, был француз Ж. Ф. Лиотар, посвятивший этому феномену свою работу «*La Condition postmoderne: Rapport sur le savoir*» («Состояние постмодерна»), изданную в 1979 г.³ Отличительной особенностью постмодернистского общества является тот факт, что социальная стратификация и структура становятся более фрагментированными и сложными, теряют так называемую классовость. Таким образом, становится возможным выделить социальные группы на основании различных характеристик (в том числе потребительского поведения), а не только тех, которые конвенционально считаются классовобразующими [Рощина 2007а].

Эпоха постмодерна, как утверждают некоторые социологи, сильно изменила социальные структуры общества и их взаимосвязь, существовавшую в течение всей истории человечества, с соответствующим стилем жизни. Для многих социологов, антропологов, литературоведов и культурологов главная определяющая черта эпохи постмодерна — особая роль потребления [Восock 1993]. Характерными чертами стиля жизни в обществе постмодерна являются противоречивость, непоследовательность, несочетаемость его элементов и их парадоксальность. Постмодернистские теории указывают на то, что мир слишком сложен, чтобы его упрощать при анализе, как это делают рационалистические классические теории: любой взгляд на мир ограничен самой точкой отсчёта [Мельвилль и др. 2004].

Для обществ модерна социологами постулировалась тесная взаимосвязь между позицией индивида в социальной структуре и его стилем жизни (см. в связи с этим упомянутые выше работы М. Вебера, Т. Веблена, исследования П. Бурдьё и других социологов последней трети XX века). Исследования образа жизни проводились и в последние десятилетия существования Советского Союза (по своим характеристикам его общество также можно обозначить как модернистское). В частности, И. В. Рывкина проанализировала повседневные практики сельского населения Сибири [Рывкина 1979]. Была также обнаружена взаимосвязь между социально-демографическими характеристиками населения и структурой его потребления [Освянников и др. 1989].

Во второй половине XX века социологи всё чаще ставят вопрос о кардинальных изменениях в обществе, об изменении его характера, ломке привычных социальных структур. В частности, были выдвинуты теории общества потребления [Baudrillard 1970], парадигма общества-«спектакля» [Debor 1967], модернистские и постмодернистские теории общественного развития [Debor 1967]. Переход к новому типу общества, в частности, к *обществу потребления*, характерным признаком которого является возрастание места и роли потребления, приводит к тому, что на смену старым социальным классам приходят так называемые сообщества потребления (*consumption communities*) [Boorstin 1974], когда близость структур потребления становится более важным стратообразующим фактором, чем, например, профессия или доходы. Ещё более нарушающим классические представления о взаимосвязи между социальной стратификацией и стилем жизни является концепция общества постмодерна, фактически постулирующая, что в таких обществах нарушается связь между позицией индивида и его образом жизни, который приобретает фрагментарный, мозаичный характер.

Российский социолог В. И. Ильин в работе «*Общество потребления в России: миф или реальность?*» ёмко определил общество постмодерна через призму потребления: «Потребление перестаёт быть способом борьбы за физическое выживание и превращается в инструмент конструирования социальной

³ Русский перевод появился в 1998 г.; см.: [Лиотар 1998].

идентичности, социокультурной интеграции в общество» [Ильин 2003]. Таким образом, общество постмодерна (начиная примерно с последней четверти XX века) представляет собой смешение противоречащих друг другу культур, стилей жизни различных слоёв общества, представители которых стремятся выделиться и создать собственную социальную идентичность. В обществе постмодерна главенствующую роль приобретают коммерция и благо как товар, стилизованный под оригинал, а также имитация, своего рода пастиш (*pastiche*), или стилизация, то есть массовый продукт, который по внешним признакам с трудом отличим от образца высокой культуры.

Э. Гидденс, переходя к разговору о постмодерне на уровне личности, говорит о так называемом переходе современного человека к разработке его собственной жизненной политики, в основе которой лежит нравственная доминанта (человек выстраивает свой стиль потребления в соответствии со своими личными моральными принципами) [Giddens 1991: 15]. По мнению А. Фирата и А. Венкатеша, основная суть постмодерна как стиля жизни отражается пятью терминами: гиперреальность, фрагментация, инверсия производства и потребления, децентрированный субъект и соседство противоположностей [Firat, Venkatesh 1991].

К важным чертам общества постмодерна относится и эстетизация повседневной жизни, которая начинает рассматриваться как эстетический или культурный проект, а идентичность человека формируется через его личный выбор [Featherstone 1991].

В целом ряде эмпирических исследований начиная с последнего десятилетия XX века отмечается, что связь социальной стратификации с потреблением, вкусами и культурой не так однозначна, как она была описана П. Бурдьё. В работе К. Гриньона и Ж. Пассерона показано, что автономия и сегментированность культурных — эстетических и духовных — предпочтений социально низших классов также заслуживают внимательного анализа [Grignon, Passeron 1989]. Как отмечает Д. Харви, наиболее сильной критике взгляды Бурдьё подверглись с появлением постмодернистской теории общественного развития, которая рассматривает стили жизни как единственную в своём роде реальность, как элементы процесса самоидентификации и отражения разнообразных культурных сообщений [Harvey 1989]. Согласно концепции Э. Гидденса, стиль жизни сам по себе является синонимом самоидентификации людей независимо от критериев социального класса, богатства или культурного капитала [Giddens 1991].

В работе Н. Эрпина и Д. Вержера отмечается появление нового, постмодернистского, типа потребителя, который, осуществляя свой выбор, руководствуется принципом смешения и может сочетать как более низкие, так и более высокие категории товаров [Herpin, Verger 2008]. Диктатура классического «хорошего вкуса» поэтому исчезает, стирается, акцент перемещается на оригинальность, на свободу выбора и возможность изобретать и сочетать вещи и практики. Исследователи утверждают, что вкусы могут трансформироваться в обществе в целом; постулируется гипотеза о том, что вкусы становятся унифицированными под влиянием возникновения новых продуктов, изменения цен и объёмов потребления.

Британские исследователи предположили, что концепцию социального пространства и классовую дифференциацию французского общества П. Бурдьё можно использовать и в контексте других обществ [Savage et al. 1992]. Однако в этой работе показано, что социальный класс и уровень дохода не являются больше детерминантами стиля потребления многих современных британцев. Авторы на базе исследования TGI (индекс целевых групп) выбрали переменные из различных сфер жизни людей (от посещения джазовых концертов до употребления шампанского и предпочтения марки автомобиля) и проанализировали их взаимосвязь с социально-экономическими характеристиками. Проведённый анализ позволил заключить, что высокий уровень дохода связан с так называемым экстравагантным, неумеренным стилем жизни, в том числе предполагающим употребление крепких спиртных напитков,

посещение дорогих ресторанов и предпочтение иностранной кухни. Также значительная часть привычек потребления, присущих представителям обеспеченных слоёв общества (под которыми авторы подразумевают средний класс), не поддаётся единой логике: неумеренность сочетается с заботой о теле, как и пристрастие к дискотекам и поп-музыке не мешает представителям среднего класса посещать классические и джазовые концерты и ценить высокое искусство. Такой стиль жизни и потребления, когда ежедневная деятельность людей строго не дифференцирует их по классам (как это было в обществе модерна), а роль потребления и потребительской культуры настолько возросла, что «люди уже не могут быть объективно расположены на социальной лестнице по критерию их предпочтений и стиля жизни» [Featherstone 1991: 179], авторы называют *постмодерном*.

В результате они выделяют три стиля жизни, которых чаще всего придерживается средний класс в Великобритании: аскетический, постмодернистский и нейтральный (то есть не имеющий отличительных особенностей). Каждому из этих типов соответствует своя социальная база — это люди с определённым набором специфических черт (профессиональный статус, доход, семейное положение и т. п.). Ценности класса, который П. Бурдьё называл интеллектуальным, обладающим мощным культурным капиталом, впитываются средним классом, чей экономический капитал выше, а взгляды более материалистические. Из-за этого происходит смешение стилей жизни и потребления и практики возвышенной духовной жизни сочетаются с видами деятельности, ещё совсем недавно присущей исключительно рабочему классу.

К эмпирическим работам, опровергающим результаты П. Бурдьё, можно также отнести исследование израильского социолога Т. Кац-Джерро [Katz-Gerro 2002]. Основная идея исследования — связана ли дифференциация в культурном потреблении с классовой принадлежностью. Для этого автор использует межстрановые сопоставления, анализируя данные о проведении досуга и вкусах по ряду европейских стран, Израилю и США. Для каждой страны на основе факторного анализа были построены векторы вкусов и практик в различных полях. Первый из выделенных факторов можно интерпретировать как «интеллектуальное потребление»: он был использован в качестве зависимой переменной регрессионного анализа. Результаты показали, что детерминированность склонности к интеллектуальному потреблению принадлежностью к классу неодинакова в разных странах. Кроме того, эта склонность зависит также и от ряда социально-демографических характеристик, таких как этническая принадлежность, пол, вероисповедание. На основании этого автор делает вывод о том, что в обществе постмодерна культурные предпочтения больше не являются жёстко связанными с социальным классом.

В России на данных R-TGI (Российский индекс потребительских групп) за 2000 г. также удалось обнаружить представителей постмодерна в стиле жизни, которым свойствен мозаичный тип проведения досуга и потребления [Рощина 2007b]. Всего были выделены восемь вариантов стиля жизни («пассивный», «спортивный», «постмодернистский», «развлекательный», «читательский», «хозяйственный», «классический», «домашний») и их основные детерминанты, то есть социально-демографические параметры, такие как пол, возраст, образование и доходы.

Заключение

Стиль жизни — богатейшая тема для социологических исследований, которая всегда будет актуальна. С течением времени и изменениями в обществе меняются и жизнь людей, их предпочтения в различных сферах. В представленном обзоре мы стремились продемонстрировать многогранность самого понятия «стиль жизни», а также множественность подходов к его изучению; если говорить об эмпирических исследованиях, были перечислены переменные, которыми измерялось понятие при количественном анализе.

Задачей данной статьи также являлось описание наиболее значимых теоретических и эмпирических вех в изучении стилей жизни. Этот обзор преследовал цель не только описать имеющиеся теории стилей жизни и методов их изучения, но и сделать акцент именно на том, что понимание стиля жизни практически полностью обусловлено той теорией, которая выбирается в качестве точки отсчёта. Изучая стиль жизни, операционализируя это понятие, автор проводит аналитическую работу по созданию некоего синтеза из разных компонентов и сфер жизни. Обзор наглядно показывает, как использование разных переменных определяет анализ стиля жизни.

Можно заключить, что определение понятия «стиль жизни» в социологии появилось на стыке теории и эмпирики в результате их тесного взаимодействия и взаимовлияния. Основным ограничением данной статьи, по мнению её автора, является попытка представить наиболее широкий подход и обзор всех существующих теорий и направлений исследований. Такой подход, с одной стороны, даёт наиболее общее представление об описываемых проблемах, но, с другой стороны, допускает ряд обобщений и упрощений в изложении сложных теорий и данных.

Дальнейшей работой по изучению стилей жизни в данном ключе может быть более подробная категоризация исследований и теорий и исследование именно по одной конкретной парадигме стиля жизни, что позволит лучше понять основания для категоризации и сравнения существующих парадигм.

Литература

- Бурдье П. 2005. Различение: социальная критика суждения. *Экономическая социология*. 6 (3): 25–48. URL: <http://ecsoc.hse.ru/issues/2005-6-3/index.html>
- Вебер М. 1992. Класс, статус и партия. *Социальная стратификация*. Под ред. С.А. Белановского. Вып. I. М.: ИНП РАН; 19–38.
- Веблен Т. 1984. *Теория праздного класса*. М.: Прогресс.
- Ильин В. И. 2003. Общество потребления в России: миф или реальность? *Прагматика культуры*. URL: <http://artpragmatica.ru/hse/?uid=459>
- Лиотар Ж. Ф. 1998. *Состояние постмодерна*. М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя.
- Малева Т. (отв. ред.). 2003. Средние классы в России. Экономические и социальные стратегии. *Московский центр Карнеги*. М.: Гендальф.
- Мельвиль А. Ю. и др. 2004. *Политология*. М.: МГИМО; ТК Велби; Проспект.
- Овсянников А. А. и др. 1989. *Типология потребительского поведения*. М.: Наука.
- Парсонс Т. 1992. Аналитический подход к теории социальной стратификации. *Социальная стратификация*. Под ред. С. А. Белановского. Вып. I. М.: ИНП РАН; 53–114.
- Рощина Я. М. 2007а. *Социология потребления*. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ.
- Рощина Я. М. 2007б. Дифференциация стилей жизни в поле досуга. *Экономическая социология*. 8 (4): 23–42. URL: <http://www.hse.ru/mag/ecsoc/2007-8-4.html>

- Рывкина Р. В. 1979. *Образ жизни сельского населения*. Новосибирск: Наука; СО АН СССР.
- Baudrillard J. 1970. *La société de consommation*. Paris: Gallimard.
- Wootton R. 1993. *Consumption*. London: Routledge.
- Boltanski L. 1982. *Les cadres, la formation d'un groupe social*. Paris: Les Éditions de Minuit.
- Bourdieu P., Passeron J. C. 1964. *Les Héritiers. Les étudiants et la culture*. Paris: Les Éditions de Minuit.
- Bourdieu P. 1979. *La distinction. Critique sociale du jugement*. Paris: Les Éditions de Minuit.
- Boorstin D. J. 1974. Consumption Communities. In: Boorstin D. J. *The Americans: The Democratic Experience*. New York: Vintage Books, Pt. II; 89–164; см. также рус. перев.: Бурстин Д. Дж. 1993. Сообщества потребления. *Thesis*. 1 (3): 231–254.
- Coulangeon P. 2005. *Sociologie des pratiques culturelles*. Paris: La Découverte.
- Debor G. 1967. *La Société du spectacle*. Paris: Éditions Buchet/Chastel; см. также рус. перев.: Дебор Г. 2000. *Общество спектакля*. М.: Логос.
- Engel E. 1882. Das Rechnungsbuch der Hausfrau und seine Bedeutung im Wirtschaftsleben der Nation. *Volkswirtschaftliche Zeitfragen*. H. 24. Berlin.
- Featherstone M. 1991. *Consumer Culture and Postmodernism*. London: Sage.
- Firat A. F., Venkatesh A. 1991. Liberatory Postmodernism and the Reenchantment of Consumption. *Journal of Consumer Research*. 22 (3): 67–239.
- Giddens A. 1991. *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Goldthorpe J., Wing Chan T. 2007. The Social Stratification of Cultural Consumption: Some Policy Implications of a Research Project. *Cultural Trends*. 16 (4). 373–383.
- Grignon C., Passeron J.-C. 1989. *Le savant et le populaire. Miserabilisme et populisme en sociologie et en littérature*. Paris: Gallimard; Seuil.
- Halbwachs M. 1913. *La classe ouvrière et les niveaux de vie. Recherches sur la hiérarchie des besoins dans les sociétés industrielles contemporaines*. Thèse de doctorat présentée à la Faculté des Lettres de l'Université de Paris. Paris: Félix Alcan.
- Halbwachs M. 1933. *L'évolution des besoins dans les classes ouvrières*. Paris: Félix Alcan.
- Harvey D. 1989. *The Condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change*. Oxford, UK; Cambridge, MA: Basil Blackwell.
- Herpin N., Verger D. 2008. *Consommation et modes de vie en France*. Paris: La Découverte, coll. «Grands Repères».

- Holt D. B. 1997. Distinction in America? Recovering Bourdieu's Theory of Tastes from Its Critics. *Poetics*. 25: 93–120.
- Kaes S. 1963. *Vivre dans les grands ensembles*. Paris: Editions Ouvrieres.
- Katz E., Lazarsfeld P. F. 1955. *Personal influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communication*. Glencoe, IL: Free Press.
- Katz-Gerro T. 2002. Highbrow Cultural Consumption and Class Distinction in Italy, Israel, West Germany, Sweden, and the United States. *Social Forces*. 81 (1): 207–229.
- Lahire B. 1998. *L'homme pluriel. Les resorts de l'action*. Paris: Nathan.
- Lahire B. 2004. *La culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi*. Paris: La Découverte.
- Savage M. et al. 1992. *Property, Bureaucracy and Culture: Middle-Class Formation in Contemporary Britain*. London: Routledge.
- Tomlinson M. 2003. Lifestyle and Social Class. *European Sociological Review*. 1: 97–111.