

ИСТОРИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ И ПСИХОЛОГИЯ (HISTORICAL PSYCHOLOGY & SOCIOLOGY)

DOI: 10.12731/2218-7405-2015-3-42

УДК 394. 366.1 316.6

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРИТЯЗАНИЯ СОВЕТСКОГО НАСЕЛЕНИЯ 1970–1980-Х ГГ.: «УРАВНИТЕЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ» ИЛИ «СОЦИАЛЬНОЕ СРАВНЕНИЕ». ДИСКУССИИ В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ИСТОРИОГРАФИИ 1980-Х–НАЧАЛА 1990-Х ГГ.

Клинова М.А.

В данной статье рассматривается процесс изучения отечественными обществоведами в 1980-е – начале 1990-х гг. потребительских мотиваций и предпочтений советского населения. Обозначена специфика ключевых терминов, вводимых исследователями: «социальное сравнение», «уравнительная психология». Содержание и признаки введенных понятий сопоставлены с теоретическими разработками зарубежных исследователей. Сделаны выводы о синхронности социально-психологических процессов развития населения СССР и зарубежных стран, а также о фактической идентичности понятий «социальное сравнение» и «уравнительная психология», при значительной политизированности последнего.

Ключевые слова: советское общество; потребление; социальное сравнение; уравнительная психология; социология; история СССР.

CONSUMER CLAIMS OF THE SOVIET POPULATION IN THE 1970–1980: «EGALITARIAN PSYCHOLOGY» OR «SOCIAL COMPARISON». DISCUSSION IN RUSSIAN HISTORIOGRAPHY OF THE 1980 – EARLY 1990

Klinova M. A.

This article discusses the process of learning Russian social scientists in the 1980s – early 1990s, consumer motivations and preferences of the Soviet population. Marked specificity

of key terms entered by the researchers: «social comparison», «equalization psychology». The content and characteristics of the introduced concepts associated with the theoretical developments of foreign researchers. Conclusions are made about the synchronicity of socio-psychological processes of development of the population of the USSR and foreign countries, as well as about the actual identity of the concepts of «social comparison» and «egalitarian psychology», with significant politicization of the latter.

Keywords: *soviet society; consumption; social comparison; egalitarian psychology; sociology; the history of the USSR.*

Введение

Проблематика экономических суждений и повседневных потребительских стратегий советского социума на современном историографическом этапе является актуальным направлением научных разработок [21, 2, 4, 5, 14, 15]. Изучение данной темы позволяет высветить существующую в советском социуме систему критериев благосостояния, реконструировать адаптивные практики граждан, а также дает возможность сформировать целостное представление об эффективности реализации советской социально-экономической политики, восприятию и «обживанию» ее результатов населением.

В качестве источниковой основы современных исследований проблематики потребительских практик советских граждан авторами используются письма, публикации в газетах, журналах (в том числе журналах мод), книги по домоводству и т.д. Немаловажным, хотя, порой и недооцененным, источником данных разработок, являются материалы социологических исследований, проводимых в СССР на протяжении 1970–1980-х гг.

Обзор материалов отечественных и зарубежных исследований

Социологические исследования проводились в Институте международного рабочего движения при АН СССР. Также в 1970–1980-е гг. в СССР был реализован ряд масштабных социологических проектов: «Функционирование общественного мнения в условиях города и деятельность государственных и общественных институтов», более известный как проект «Таганрог I, II, III», (в проекте, приняли участие Б.А. Грушин, Л.А. Гордон, Н.М. Римашевская, А.В. Жаворонков, Т.М. Дридзе, И.Т. Левыкин и др.); «Состояние и основные тенденции развития советского образа жизни», под руководством И.Т. Левыкина. В результате означенных социологических разработок авторами был сделан ряд важных выводов касающихся структуры советского социума, потребительских стратегий граждан, выявлена зависимость потребительских предпочтений от степени дефицитности товара.

В большинстве означенных социологических разработок был зафиксирован факт сближения потребностей различных групп советского социума. В частности в монографии «Социальное развитие рабочего класса. Рост численности, квалификации, благосостояния рабочих в развитом социалистическом обществе. Историко-социологические очерки», авторы отмечают: «после того как меняется тип питания хотя бы у части трудящихся (скажем, у наиболее развитых прослоек рабочих и специалистов), стремление к такой структуре питания пробуждается у всего населения, и уж во всяком случае, у городского населения» [13, с. 179]. Косвенно на существование данной закономерности указывает Н.М. Римашевская, фиксируя ее по результатам проекта «Таганрог II» (опросы 1978–1979): «достигнув определенного уровня обеспеченности и сравнившись по уровню потребления с наивысшими типами этой группы, семья меняет прежние эталоны на эталоны более высокой группы. ... Переходя в новый класс, семья сравнивает свое потребление с эталонным потреблением данного класса» [11, с. 137, 141].

Более детально данная тенденция экономического и социально-психологического развития советского социума проанализирована в статье И.Т. Левыкина и М.В. Покровской, написанной по результатам социологического проекта «Состояние и основные тенденции развития советского образа жизни» (опросы 1981-1982 гг.). Исследователи отмечали: «потребности различных экономических (по среднему доходу, зарплате) и социальных групп сближаются быстрее, чем их материальные условия жизни. В этих условиях с возрастающей силой действует закон социального сравнения, выражающийся в том, что люди оценивают уровень достигнутого ими благосостояния не в абсолютных единицах, а в сопоставлении с уровнем благосостояния других людей и социальных групп. ... Другой формой проявления указанного противоречия служит тенденция к уменьшению различий между видами товаров и услуг, на которые ориентируются группы с разным уровнем дохода, к сближению потребительских запросов всех категорий населения» [7, с. 38].

Фиксируя наличие механизма «социального сравнения», авторы социологических разработок 1970–1980-х гг., лишь констатировали его существование в советском обществе, не объясняя причину его возникновения и не выделяя в качестве преимущественного в структуре стимулов и мотиваций потребительских стратегий советских граждан. Более того, выявленное «социальное сравнение» презентовалось авторами как условная норма экономического и психологического развития советского общества, скорее определяясь как «сложность», «проблема» или проявление «противоречивых тенденций» (что подразумевало некоторую девиантность, либо временность означенного явления).

Вероятно, такое исследовательское отношение являлось следствием монополизма в советском обществоведении 1970–1980-х гг. марксистской методологии, детерминировавшей рамки интерпретационных схем. Согласно данной методологической парадигме потребности населения определялись, в первую очередь, через категории «рациональности», «объективности» «необходимости». Соответственно, желание советского гражданина приобрести ту или иную вещь должно было отвечать рациональной необходимости, объективной потребности, быть взвешенным и осмысленным. Все что выходило за границы обозначенные данными рамками определялось как социальные девиации: «потребительство», «приобретательство», «вещизм», «мещанство». Соответственно, признание столь не рациональной категории как «социальное сравнение» в качестве стимула реализации потребительских стратегий, не соответствовало формату, определенному существовавшими в СССР методологическими рамками.

Зафиксированный социологическими разработками 1970–1980-х гг. механизм «социального сравнения», как один из элементов потребительских стратегий советских граждан, в отечественных публикациях конца 1980-х–начала 1990-х гг. получил новую трактовку.

Многие авторы публицистических изданий конца 1980-х – начала 1990-х гг. рассуждали о низкой дифференциации потребительских стандартов советского населения, ссылаясь на результаты упоминаемого ранее социологического исследования, проведенного под руководством И.Т. Левыкина (опросы 1981-1982 гг.). Но интерпретация данных результатов была качественно иной. Выявленная в результате социологических исследований 1970–1980-х гг. низкая дифференциация и фактическое сближение уровня материальных и потребительских запросов граждан, являющаяся проявлением механизма «социального сравнения», в отечественной историографии конца 1980-х – начала 1990-х гг. стала основным аргументом в пользу диагностирования «уравнительной психологии» советского общественного сознания [1, 8, 9]. При этом на первый план в авторских рассуждениях о причинах формирования означенной «уравнительной психологии» выходили социально-политические причины: негативное воздействие советской идеологии, подкрепленное соответствующей социальной политикой. Так, например, авторы публикации «Социальная сфера: политическое и духовное развитие общества» отмечали: «динамический когнитивный стереотип потребления сформирован в массовом сознании идеологией уравнительности и практикой минимальной дифференциации в оплате труда. По-видимому, сыграла свою роль также борьба с «вещизмом», служившая идеологическим обеспечением сдерживания роста оплаты труда в условиях дефицита товаров и услуг» [12, с. 59]. По мнению авторов, основы «уравнительной психологии» в СССР были заложены в послево-

енный период в результате проведения мероприятий по повышению минимальной заработной платы, ставок и окладов низко- и среднеоплачиваемых работников, мероприятий по урегулированию заработков, проводимых правительством в конце 1960–1970-е гг., роста выплат из ОФП. Все это впоследствии привело к формированию «урavnительной психологии» советских граждан, проявившись в низкой дифференциации потребительских притязаний.

Таким образом, применительно к характеристике потребительских мотиваций советского социума в отечественном обществоведении 1980-х – начала 1990-х гг. вводятся два термина «социальное сравнение» и «урavnительная психология». Первый в большей степени был ориентирован на выявление специфики мотиваций потребления, второй носил более обобщающий характер, описывая не столько механизм потребительских предпочтений, сколько результаты его проявления, при этом понятие «урavnительной психологии» содержало в себе оценочные обертоны, направленные на критику советской социально-экономической и политической реальности. Феномен «урavnительной психологии» преподносился авторами как исключительно отечественное явление – порождение советской системы, в то время как понятие «социального сравнения» не презентовалось социологами как сугубо советское потребительское проявление, но и от каких либо зарубежных аналогий авторы публикаций 1980-х гг. воздержались. С целью выявления специфики советских потребительских мотиваций, либо интернациональных аналогий в поведении потребителей, обратимся к работам западных исследователей.

В зарубежных обществоведческих публикациях, явление, определяемое в отечественных работах под корректным термином «социальное сравнение», получило более широкое рассмотрение. На теоретическом уровне оно определялось авторами как банальная социальная зависть – стремление к обладанию предметами не хуже чем у соседей, друзей, коллег. Данное не лучшее качество, присущее в той или иной мере всем людям, зарубежными обществоведами не определялось негативно. В частности американскими исследователями оно понималось как одно из ведущих в формировании большинства материальных и социальных потребностей [18, p. 85].

Признание «социальной зависти» в качестве одной из важнейших потребительских мотиваций, способствовало активному использованию означенной человеческой слабости в экономической реальности, в частности, как рычага манипулирования и стимулирования потребления, во избежание затоваривания рынка. С этой целью в США еще перед Первой мировой войной путем массовых рекламных компаний в массы был выброшен лозунг «Догнать Джонсонов!», призванный сформулировать у граждан устойчивое стремление к победе в потребительском соревновании с соседями, коллегами и всеми теми, чей уровень жизни вполне достижим (кри-

терием сравнения, являлись лишь элементы материального благосостояния). Зависть и жадность населения преподносились не просто как норма, а культивировались как цель, необходимая для успешности и самореализации личности в социуме, фактически являясь движущей силой функционирования и развития общества потребления. Как справедливо заметит психолог Э. Фромм, характеризуя современное ему американское общество 1960–1970-х гг. «жадность и зависть столь сильны в людях не потому, что они сильны от природы, а по причине трудностей организовать сопротивление общественному давлению быть волком с волками» [20, p. 199]. Активная эксплуатация означенных человеческих слабостей позволили американским обществоведам в 1960-е гг. на эмпирическом уровне зафиксировать явление потребительских соревнований, получившее название «джонсизма».

Несмотря на активное использование «джонсизма» в экономических целях, в 1960-х – 1970-х гг. этот феномен начинает критиковаться зарубежными представителями различных общественных наук, искавшими социальную альтернативу данному явлению. В частности, социолог Х. Хандерсон, пишет следующее: «можем ли мы достаточно возмужать, чтобы преодолеть низменные стимулы джонсизма или же нам придется ограничиться изменением направления этих человеческих побуждений в сторону целей, которые были бы менее связаны с материальной выгодой и были бы менее саморазрушительными?» [22, p. 220].

Компаративный и анализ вводимых терминов

Конечно, было бы не правомерным утверждать, что явление, определяемое в отечественной историографии как «социальное сравнение» было идентично «джонсизму». Естественно, они не были равнозначны не по масштабам распространения, не по форме проявления. (Скорее можно предположить, что «джонсизм» был более сопоставим с явлениями, определяемыми в отечественных публикациях, как «потребительство», «приобретательство» и «вещизм», с учетом, опять же, неидентичных масштабов распространения, и различного отношения официальной идеологии к данным явлениям – острой критики в СССР и фактического поощрения и активной экономической эксплуатации в США). Тем не менее, некоторая схожесть «социального сравнения» и «джонсизма», основанная на общности природы данных явлений – зависти и желания быть не хуже других по уровню материальной обеспеченности, – позволяет говорить об общности наиболее типичных элементов потребительских стратегий населения, существующих, и в той или иной степени проявляющих себя независимо от транслируемых идеологией стандартов потребления. В частности, в СССР, несмотря на пропагандируемые потребительские идеалы «рациональности» и «ограниченности» материальных потребностей,

в качестве мотива потребления существовал не предполагающий рациональности механизм «социального сравнения».

Что касается «уравниловки», диагностируемой как специфическая психологическая черта советского социума, то особенности и характеристики этого явления также нуждаются в уточнении. Основными аргументами в гипотезе об «уравнительной психологии» бытующей в СССР, являлись данные о сближении потребительских и материальных запросов граждан, стремлении к незначительному повышению своего уровня доходов. Так, например, авторы публикации «Социальная сфера: политическое и духовное развитие общества» в качестве фактически единственного аргумента «уравнительной психологии» приводят следующие данные: «значительная часть респондентов желает повысить свои доходы, считая, что их труд стоит большего, но в качестве желаемой заработной платы опрошенные назвали не астрономическую сумму, а среднестатистическую по стране зарплату в 170 р.» [12, с. 59]. Аналогичные аргументы «уравнительной психологии» населения приводит в своей работе В.Ф. Шаповалов, отмечая, что протестуя против «уравниловки», население и даже образующаяся категория частных предпринимателей, лукавят, так как в реальности «их вполне устроит тот уровень дохода, который и сейчас, и в будущем обеспечит вполне сносный (по сравнению с уровнем значительной части населения) уровень существования» [17, с. 27]. Именно факт низкой дифференциации потребительских притязаний преподносился авторами как следствие реализации «уравнительной» советской идеологии. Но если мы обратимся к работам зарубежных обществоведов XX в., то обнаружим, что аналогичные процессы отмечались ими применительно к зарубежным странам. Американский экономист и социолог Т. Веблен, рассуждая о факторах и мотивациях детерминирующих объемы потребления населения, еще в начале XX в. пришел к выводу, что определяя желаемый уровень благосостояния «мы ориентируемся на тот идеальный уровень расходов, к которому мы почти приблизились, или который мы готовы достичь ценой небольших усилий» [3, с. 103]. Впоследствии, проблематика социально-психологических характеристик и мотиваций граждан разрабатывалась в работах Л. Фестингера, автора теории социального сравнения [19]. Согласно данной теории большинство людей сравнивают себя со сходными, похожими людьми, или с теми, кто несколько превосходит их. Желая добиваться новых успехов, люди в качестве объектов для сравнения выбирают тех, кто идет чуть впереди, редко сравнивая себя с теми, кто ушел далеко вперед, чтобы не пережить чувство фрустрации [16, с. 46].

Из приведенных теоретических гипотез следует ряд заключений. Во-первых, механизм «социального сравнения» является атрибутивной психологической характеристикой социу-

ма вне зависимости от временного и идеологического пространства. Во-вторых, в результате функционирования «социального сравнения» несколько нивелируется уровень дифференциации потребительских притязаний.

Как отмечалось выше, явление «социального сравнения» в СССР было зафиксировано социологами по результатам эмпирических разработок 1970–1980-х гг. На основании этого можно предположить, что в определенной степени низкая дифференциация потребительских притязаний (обозначенная в историографии рубежа 1980-х–1990-х гг. как «уравнительная психология») являлась следствием функционирования в социуме механизма «социального сравнения». В то же время не следует забывать, что существенное влияние на специфику и масштабы потребительских притязаний населения оказывают социально экономические реалии. В сравнении с капиталистическими странами уровень материальной дифференциации населения в СССР был значительно ниже, как следствие, был ниже уровень реализации возможностей потребления. Также нивелированию потребительских запросов различных социальных групп способствовала существовавшая в СССР 1970–1980-х гг. проблема товарного дефицита. Узость потребительского рынка и ограниченный выбор товаров и услуг, безусловно, сужали коридор потребительских предпочтений и возможностей. В данном контексте немаловажно отметить, что социолог М. В. Покровская (одна из авторов социологического исследования «Состояние и основные тенденции развития советского образа жизни» 1981-1982 гг., по результатам которого и были сделаны выводы о существовании в СССР механизма «социального сравнения»), в своей статье 1990 г. именно экономические причины укажет в качестве доминантных при формировании уравнительных тенденций общественного сознания. По мнению М.В. Покровской, абсолютное и относительное фактическое снижение уровня и качества жизни людей, снижение динамики роста доходов и усиление товарного дефицита привело к сокращению различий между видами товаров и услуг, на которые ориентируются разные социально-демографические и социально-экономические группы граждан, а также к сближению потребительских запросов всех категорий населения [10, с. 48-50].

Суммарно все вышесказанное позволяет предположить, что фиксируемый в историографии рубежа 1980–1990-х гг. феномен «уравнительной психологии», присущий советскому социуму, по сути, являлся результатом проявления механизма «социального сравнения», реализованного в специфических условиях советской реальности – низкой имущественной дифференциации населения, узости ассортимента товаров и услуг, товарного дефицита. На наш взгляд, только в этом контексте можно говорить о «специфике» картины советских потребительских практик и притязаний. Сопоставление приводимых авторами данных с теоретическими зарубежными

разработками не позволяет выявить иных, специфически «советских» уравнительных потребительских стремлений. Сам психологический механизм мотиваций потребления советских граждан не был уникален, вполне укладываясь в рамки явления «социального сравнения».

Введенное в отечественной историографии рубежа 1980-х–1990-х гг. понятие «уравнительной психологии» в первую очередь было направлено на обличение определенной психологической деформации советского социума, полученной под влиянием коммунистической идеологии (пропагандирующей всеобщее равенство), и соответствующей ей социально-экономической политики. На наш взгляд, факт воздействия социально-экономических реалий на масштабы потребительских возможностей бесспорен и находит массу как теоретических, так и эмпирических подтверждений. (При этом необходимо уточнить, что мы говорим о влиянии социально-экономических реалий именно на *возможности* потребления населения, а не на сам *механизм* потребительских мотиваций). Что касается положения о наличии ощутимого воздействия советской идеологии на психологию потребителя, то данное утверждение, нам видятся не вполне аргументированным, по крайней мере, применительно к советскому социуму 1970–1980-х гг. Как отмечалось выше, транслируемые советской системой должные стандарты потребления определялись через «рациональность» и «объективность» потребностей, но, не смотря на это, существовал не рациональный, но устойчивый к советскому идеологическому воздействию, механизм «социального сравнения». Этот факт актуализирует более масштабную проблему – насколько вообще система экономических притязаний и мотиваций граждан чувствительна к влиянию векторно противоположных идеологических императивов? Но для решения этого вопроса необходимо проведение комплексных социологических, экономических и историко-психологических разработок.

Выводы

В целом, обрисовывая контур изучения отечественными исследователями проблематики потребительских притязаний советских граждан, можно прийти к ряду заключений.

На основе эмпирических разработок 1970–1980-х гг. социологами был выявлен психологический механизм потребительских предпочтений – «социальное сравнение», нивелирующий как имущественные запросы, так и фактический материальный уровень потребителей. В работах рубежа 1980–1990-х гг. данный механизм получает наименование «уравнительной психологии». На уровне признаков фиксируемого явления «социальное сравнение» и «уравнительная психология» были идентичны, но последний термин имел исключительно негативные коннотации и был более политизирован. Идентичность атрибутивных характеристик означен-

ных терминов позволяет предположить, что понятие «уравнительной психологии», широко популяризируемое в «перестроечной» историографии, являлось своеобразным идеологическим клише периода, возникшим на волне либерализации массового сознания и имевшим ярко выраженную антисоветскую направленность.

В современной историографии неоднократно отмечалось, что подвижки, произошедшие в обществоведении в период «перестройки» обогатили отечественный дискурс, способствуя преодолению советского методологического монополизма, а также появлению новых источников и ракурсов рассмотрения советской истории. В то же время издержкой данного периода была идеологизация ряда проблем социальной истории, вследствие идущего параллельно с отречением от советского наследия процессом мифологизации социалистического прошлого. Проблематика идеологизации коснулась и рассматриваемого сюжета социальной истории. В результате произошедшей в период «перестройки» популяризации темы «советской уравнительной психологии» сместились интерпретационные акценты в объяснении механизмов функционирования советского социума в сторону значительной их обусловленности и чувствительности к господствующим идеологическим схемам, сводящим на нет все бытовые деятельностные стратегии человеческой повседневности. В результате произошедшей интерпретационной трансформации процессы, протекающие в советском социуме, стали представляться сугубо специфическими, «уникально советскими», детерминированными идеологическими императивами и полностью определяемыми ими. Вследствие такой идеологизации и политизации проблематики социальной истории, на наш взгляд, произошло не расширение, а сужение ранее обозначенных исследовательских горизонтов. Ранее выявленный и введенный в отечественный дискурс феномен «социального сравнения», не нес идеологической нагрузки и не ассоциировался негативными явлениями реальности. Это открывало более широкие возможности изучения психологических механизмов функционирования социума, а также позволяло синхронизировать деятельностные схемы советских граждан с потребительскими стратегиями населения зарубежных стран.

На сегодняшний день понятие «уравнительной психологии» сохраняется в отечественной историографии, на уровне аксиомы, стереотипного образа, характеризующего психосоциальный портрет потребителя советского периода, в то время как феномен «социального сравнения» фактически полностью изгнан со страниц отечественных обществоведческих изданий. Опуская причины произошедших метаморфоз, можно лишь пожелать, что в отечественном гуманитарном дискурсе будут преодолены идеологические шоры и проблематика психологических характеристик и потребительских мотиваций советского социума получит рассмотрение в сугубо научном, не политизированном формате.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ, Проект № 14-11-66006. «Экономические представления и модели поведения уральского населения (1917-1991 гг.)».

Список литературы

1. Блинова Т.С. Роль социально-экономических нормативов в развитии распределения фонда жизненных средств // Взаимосвязь распределения по труду с общественными фондами потребления в социалистическом обществе. – Ярославль. 1988. С. 45-56.
2. Вайнштейн О. «Мое любимое платье»: портниха как культурный герой эпохи социализма // Теория моды. Одежда. Тело. Культура. 2007. № 3. С. 101-126.
3. Веблен Т. Теория праздного класса. – М.: Прогресс. 1984. 367 с.
4. Гурова О.Ю. Продолжительность жизни вещей в советском обществе: заметки по социологии нижнего белья // Неприкосновенный запас. 2004. № 2. С. 78-83.
5. Деготь Е. От товара к товарищу. К эстетике нерыночного предмета // Логос, 2000. № 5/6. С. 29-37.
6. Исторический опыт и перестройка. Человеческий фактор в социально-экономическом развитии СССР / Под ред. В.А. Козлова, Г.А. Бордюгова, Е.Ю. Зубковой. – М.: Мысль. 1989. 302 с.
7. Левыкин И.Т., Покровская М.В. Проблемы уровня и качества жизни советских людей // Советский образ жизни. Состояние, мнения и оценки советских людей. – М., 1984. С. 24-41.
8. Миннибаев Е.К. Деятельность Советского государства по социальному развитию рабочего класса СССР в 60–80-е годы : автореф. дис. ... д-ра ист. наук. – Свердловск, 1989. 24 с.
9. Народное благосостояние. Тенденции и перспективы / Отв. ред. Н.М. Римашевская, Л.А. Оников. – М., 1991. 248 с.
10. Покровская М.В. Социальная справедливость в потреблении и ее стереотипы // Социологические исследования. 1990. № 3. С. 48-50.
11. Семья и народное благосостояние в социалистическом обществе / Под ред. Н.М. Римашевской и С.И. Карапетяна. – М.: Мысль, 1985. 237 с.
12. Социальная сфера: политическое и духовное развитие общества. – М.: Наука. 1991. 323 с.
13. Социальное развитие рабочего класса. Рост численности, квалификации, благосостояния рабочих в развитом социалистическом обществе. Историко-социологические очерки. – М.: Наука. 1977. 287 с.

14. Тихомирова А. В 280 километрах от Москвы: особенности моды и практик потребления одежды в советской провинции (Ярославль, 1960–1980-е годы) // Неприкосновенный запас. 2004, № 37 (5). URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2004/37/tih16.html>
15. Тощенко Ж.Т. Экономическое сознание и поведение: четверть века спустя (конец 1980-х – начало 2010 гг.) // Социологические исследования. 2014. № 7. С. 51-63.
16. Черемушникова И.К. Социальное сравнение как детерминанта имиджа // Вестник ВолГУ. Серия 9: Исследования молодых ученых. 2007. №6. С. 45-48.
17. Шаповалов В.Ф. Откуда придет «дух капитализма»? (о духовно-культурных предпосылках рациональных рыночных отношений) // Социологические исследования, 1994. № 6. С. 23-33.
18. Cochrane W.W., Bell C.S. The Economics of Consumption. – NY., 1956.
19. Festinger L. A theory of social comparison processes // Human Relations. 1954. Pp. 117-140.
20. Fromm E. To Have Or to Be? – NY. 1976.
21. Golubev A., Smolyak O. Making Selves through Making Things: Soviet Do-It-Yourself Culture and Practices of Late Soviet Subjectivation // Cahiers du monde russe, 54/3–4 (Juillet-décembre 2013). Pp. 517-541.
22. Henderson H. // Futurist. Okt. 1974.

References

1. Blinova T.S. Rol' sotsial'no-ekonomicheskikh normativov v razvitii raspredeleniya fonda zhiznennykh sredstv // Vzaimosvyaz' raspredeleniya po trudu s obschestvennymi fondami potrebleniya v sotsialisticheskom obschestve. – Yaroslavl'. 1988. Pp. 45-56.
2. Vaynshteyn O. «Мое lyubimoe plat'e»: portniha kak kul'turnyj geroy epohi sotsializma // Teoriya mody. Odezhda. Telo. Kul'tura. 2007. № 3. Pp. 101-126.
3. Veblen T. Teoriya prazdnogo klassa. – M.: Progress. 1984. 367 p.
4. Gurova O. Yu. Prodolzhitel'nost' zhizni veschey v sovetskom obschestve: zametki po sotsiologii nizhnego bel'ya // Neprikosnovennyj zapas. 2004. № 2. Pp. 78-83.
5. Degot' E. Ot tovara k tovarishchu. K estetike nerynochnogo predmeta // Logos, 2000. № 5/6. Pp. 29-37.
6. Istoricheskiy opyt i perestroyka. Chelovecheskiy faktor v sotsial'no-ekonomicheskom razvitii SSSR / Pod red. V.A. Kozlova, G.A. Bordyugova, E.Yu. Zubkovoy. – M.: Mysl'. 1989. 302 p.

7. Levykin I.T., Pokrovskaya M.V. Problemy urovnya i kachestva zhizni sovetskih lyudey // Sovetskiy obraz zhizni. Sostoyanie, mneniya i otsenki sovetskih lyudey. – M., 1984. Pp. 24-41.
8. Minnibaev E.K. Deyatel'nost' Sovetskogo gosudarstva po sotsial'nomu razvitiyu rabocheho klassa SSSR v 60–80-e gody : avtoref. dis. ... d-ra ist. nauk. – Sverdlovsk, 1989. 24 p.
9. Narodnoe blagosostoyanie. Tendentsii i perspektivy / Otv. red. N.M. Rimashevskaya, L.A. Onikov. – M., 1991. 248 p.
10. Pokrovskaya M. V. Sotsial'naya spravedlivost' v potreblenii i ee stereotipy // Sotsiologicheskie issledovaniya. 1990. № 3. Pp. 48-50.
11. Sem'ya i narodnoe blagosostoyanie v sotsialisticheskom obschestve. / Pod red. N.M. Rimashevskoy i S.I. Karapetyana. – M.: Mysl', 1985. 237 p.
12. Sotsial'naya sfera: politicheskoe i duhovnoe razvitie obschestva. – M.: Nauka. 1991. 323 p.
13. Sotsial'noe razvitie rabocheho klassa. Rost chislennosti, kvalifikatsii, blagosostoyaniya rabochih v razvitom sotsialisticheskom obschestve. Istoriko-sotsiologicheskie ocherki. – M.: Nauka. 1977. 287 p.
14. Tihomirova A. V 280 kilometrah ot Moskvy: osobennosti mody i praktik potrebleniya odezhdy v sovetskoy provintsii (Yaroslavl', 1960–1980-e gody) // Neprikosnovennyj zapas. 2004, № 37 (5). URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2004/37/tih16.html>
15. Toschenko Zh.T. Ekonomicheskoe soznanie i povedenie: chetvert' veka spustya (konets 1980-h – nachalo 2010 gg.) // Sotsiologicheskie issledovaniya. 2014. № 7. Pp. 51-63.
16. Cheremushnikova I. K. Sotsial'noe sravnenie kak determinanta imidzha // Vestnik VolGU. Seriya 9: Issledovaniya molodyh uchenyh. 2007. №6. Pp.45-48.
17. Shapovalov V.F. Otkuda pridet «duh kapitalizma»? (o duhovno-kul'turnyh predposylkah ratsional'nyh rynochnyh otnosheniy) // Sotsiologicheskie issledovaniya, 1994. № 6. Pp. 23-33.
18. Cochrane W.W., Bell C.S. The Economics of Consumption. – NY., 1956.
19. Festinger L. A theory of social comparison processes. // Human Relations. 1954. Pp. 117-140.
20. Fromm E. To Have Or to Be? – NY. 1976.
21. Golubev A., Smolyak O. Making Selves through Making Things: Soviet Do-It-Yourself Culture and Practices of Late Soviet Subjectivation // Sahiers du monde russe, 54/3–4 (Juillet-décembre 2013). Pp. 517-541.
22. Henderson N. // Futurist. Okt. 1974.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Клинова Марина Александровна, кандидат исторических наук, доцент кафедры общей и экономической истории

*Уральский государственный экономический университет
ул. 8 Марта/Народной Воли, 62/45, г. Екатеринбург, Россия
klinowa.m@yandex.ru
SPIN-код: 6052-1285*

DATA ABOUT THE AUTHOR

Klinova Marina Alexandrovna, candidate of Science (History), Docent of the Department of General and Economic History

*Ural State University of Economics (USUE)
8 Marta/Narodnoy voly 62/45, Yekaterinburg, Russia
klinowa.m@yandex.ru*

Рецензент:

Трофимов Андрей Владимирович, доктор исторических наук, профессор кафедры общей и экономической истории, ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет»