



лых» со свойственным ему кодом нормальности перестал господствовать над «миром детей». Более того, поколение взрослых в некотором роде заряжается от молодых элементами стиля, моды, поведения, но характер этих элементов напоминает игровое действие, приводящее к формированию гибрида поколений.

### Примечания

- 1 См.: Аберкромби Н., Хилл С., Тернер Б. Социологический словарь. М.: Экономика, 2004. С. 77.
- 2 См.: Хантингтон С. Столкновение цивилизаций. М.: Изд-во АСТ, 2003.
- 3 См.: Pieterse J. N. Globalization as Hybridization // International Sociology. Vol. 9, № 2. June 1994. P. 45.
- 4 См.: Кастельс М. Могущество самобытности // Новая постиндустриальная волна на Западе: антология / под ред. В. Л. Инноземцева. М.: Academia, 1999. С. 307–308.
- 5 См.: Чугров С. В. Япония: гибридизация и гармонизация // Полис. 2008. № 3. С. 56–57.

- 6 См.: Зиновьев А. А. Планируемая история: Запад. Посткоммунистическая Россия. Гибель русского коммунизма. М.: Изд-во АСТ, 2009. С. 438.
- 7 См.: Россия: трансформирующееся общество / отв. ред. В. А. Ядов. М.: Канон-пресс-ц, 2001. С. 50.
- 8 См.: Бухтеев Н. И. Новый этап развития постсоветской России. (Стенограмма лекции Н. И. Бухтеева, прочитанная в Школе методологии социальных исследований им. А. А. Зиновьева 18 ноября 2010 г. в МГУ им. М. В. Ломоносова). URL: <http://zinoviev.org/chteniya/elzhur/nikolaj-buxteev-novyy-etap-razvitiya-postsovetskoy-rossii/> (дата обращения: 22.03.2015).
- 9 См.: Мид М. Культура и мир детства. М.: Гл. ред. вост. лит. изд-ва «Наука», 1983. С. 324–343.
- 10 См.: Карелин М. А. Фактор протеста в молодежных субкультурах: поколенческий аспект // Материалы Международного молодежного научного форума «ЛОМОНОСОВ-2013» / отв. ред. А. И. Андреев, А. В. Андриянов, Е. А. Антипов, М. В. Чистякова. М.: МАКС Пресс, 2013. URL: [http://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov\\_2013/structure\\_24\\_2258.htm](http://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2013/structure_24_2258.htm) (дата обращения: 22.03.2015).

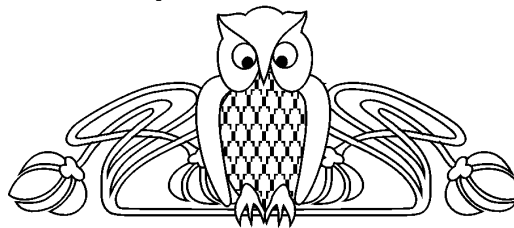
УДК 316.334.2

## СОВРЕМЕННАЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ВОСПРОИЗВОДСТВА

Ю. Г. Быченко, Т. М. Баландина<sup>1</sup>

Саратовский военный институт внутренних войск МВД России

<sup>1</sup> Саратовский социально-экономический институт – филиал  
Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова  
E-mail: bychenkoug@gmail.com, balandinatm@gmail.com



В статье представлена социологическая и экономическая интерпретация общественного воспроизводства, раскрывается расширительная модель социально-экономической модели воспроизводства как социального процесса, уточняется социологическое обоснование основных фаз воспроизводства общества, раскрывается влияние производства, распределения, обмена и потребления на развитие социальных отношений.

**Ключевые слова:** общественное воспроизводство, фазы воспроизводства, социальные отношения, хозяйственная система.

### Modern Sociological Interpretation of Social Reproduction

Yu. G. Bychenko, T. M. Balandina

Sociological and economical interpretations of reproduction are presented, extensive model of socio-economical reproduction model as social process is revealed, sociological basis of fundamental reproduction phases is clarified, influence of production, distribution, exchange and consumption on social relations development is disclosed.

**Key words:** social reproduction, phases of reproduction, social relations, economic.

DOI: 10.18500/1818-9601-2015-15-3-46-52

Общественное воспроизводство в абстрактном виде можно рассматривать как непрерывное возобновление общества в целом и его отдельных подсистем. Общественное воспроизводство представляет собой процесс целевого развития, самовосстановления и самовозобновления структурных социальных, социально-экономических, политических подсистем общества. Можно рассмотреть общественное воспроизводство как комплексную социологическую категорию, включающую в себя экономические (воспроизводство хозяйственными системами их стоимостного оборота и кругооборотов), социально-экономические (возобновление хозяйственных отношений, материальных благ, человеческого фактора), социальные (воспроизводство всего комплекса социальных отношений, культуры, институтов, ценностей, норм, социальной структуры и процессов) явления.

Современная сущность общественного воспроизводства «раскрывает, как, в какой последовательности, вновь и вновь возобновляясь, осуществляется деятельность по созиданию, сбережению, восстановлению, обновлению или



сохранению условий, средств и целей субъекта воспроизводства»<sup>1</sup>. Сообщество-субъект является носителем не только хозяйственной, но и социокультурной деятельности. Поэтому всякое общественное воспроизводство отражает социальные трансформации, связанные с восстановлением структурных связей, результатов деятельного взаимодействия населения как процесса производства, распределения, обмена и потребления материальных и духовных ценностей, благ, средств.

Таким образом, при расширительном подходе общественное воспроизводство отражает отношения по созданию носителей хозяйственной деятельности, материальных и социальных условий их существования. Поэтому можно выделить компоненты общественного воспроизводства. Во-первых, это воспроизводство «носителей» тех или иных социальных процессов (т. е. человеческое воспроизводство собственно людей как биологических существ, их физического и интеллектуального потенциала); во-вторых – воспроизводство хозяйственных отношений и материальных условий, необходимых для существования человека (т. е. хозяйственное воспроизводство социально-экономических отношений, социальных и социально-экономических институтов); в-третьих – воспроизводство социальных отношений, отражающих проявления того или иного социального явления (т. е. социальное воспроизводство собственных социокультурных отношений, социальных процессов, структур, норм). Можно констатировать, что социальный аспект общественного воспроизводства проявляется, прежде всего, в процессе возобновления отношений и социальных явлений. При этом отдельный индивид, как и множество независимых и несвязанных индивидов «или даже миллион изолированных индивидов не составляют социального явления, не говоря уж о его простейшем образовании... Что бы ни делал изолированный индивид, никакое из его действий не представляет собой ни социального явления, ни его простейшего образования»<sup>2</sup>. Общественное воспроизводство появляется там и тогда, когда появляются устойчивые связи и взаимозависимости между людьми, формируются характеристики устойчивых социологических свойств.

Исходя из вышеизложенного, можно констатировать, что общественное воспроизводство условно может рассматриваться в контексте социально-экономических, а также социальных процессов и отношений. Оно представляет собой, с одной стороны, воспроизводство человека, его социокультурных отношений, материальных условий взаимодействия, с другой стороны – воспроизводство общественного хозяйства, хозяйственных отношений. В своей жизнедеятельности субъекты экономического действия проходят ряд стадий, важнейшие из которых

следующие: воспроизводство производственных отношений; воспроизводство отношений распределения; воспроизводство отношений обмена; воспроизводство потребления.

Рассмотрим данные стадии воспроизводства общественного хозяйства (хозяйственных отношений) подробнее.

Общественное производство как одна из основных фаз общественного воспроизводства представляет собой социально-экономический процесс воздействия человека на природные, а также полуфабрикатные ресурсы в целях создания социально значимых благ, необходимых для последующего общественного потребления. Производство имеет решающее значение не только для экономики, но и для общества в целом. Если не создан продукт, то нечего распределять, обменивать и потреблять. Современное производство отличается следующими чертами. Во-первых, оно динамично развивается и способно обеспечивать массовое удовлетворение постоянно расширяющегося состава социально значимых потребностей. Во-вторых, производство состоит из двух типов: материального (создание необходимой материальной товарной массы) и нематериального (создание необходимых духовных благ, ценностей, услуг). В-третьих, в него входит особая сфера – сфера образовательного целевого производства человеческого капитала.

Общественное производство отражает две взаимосвязанные системы отношений: 1) экономические отношения – отношения трудоспособного населения к природным, полуфабрикатным ресурсам (материальные отношения процесса труда), средствам труда, финансам; 2) «социально-экономические отношения – отношения, взаимоотношения и взаимодействия людей в процессе реализации производства социально значимых благ, необходимых для поддержания и развития общества»<sup>3</sup>. В процессе реализации общественного производства формируются производственные отношения. Будучи созданными в процессе производства, блага завершают свое движение в потреблении. Общественное производство необходимо рассматривать как систему, направленную на создание материальных и духовных ценностей для общественного потребления. Производство в конечном итоге осуществляется ради и для потребления.

Необходимо подчеркнуть, что потребление является непосредственной целью производства не только в рыночных, но и в нерыночных системах хозяйствования. Целью охоты и собирательства первобытной общины было потребление добытого за день. Целью производства в рабовладельческом обществе было расширенное потребление рабовладельцев и восстановительное потребление рабов. Цель современного общественного производства – расширенное потребление населения, развитие и саморазвитие



его человеческого капитала. Воспроизводство современного общества на практике представляет собой непрерывное возобновление его расширенного производства (целевого развития) и самопроизводства (нецелевого саморазвития). От рождения до смерти современный актор проходит первичную и вторичную социализацию. Он реализует свой человеческий потенциал, накопленный в процессе воспитания и обучения, через рынок труда. Далее проявляются его трудовая мобильность и предприимчивость. В обмен на трудовую активность общество предоставляет субъектам возможность расширенного удовлетворения потребностей. В процессе воспроизводства физических и интеллектуальных способностей человека происходит развитие у личности востребованных условиями общественного производства специфических качеств, их совершенствование, распределение, реализация в различных формах (в том числе и в форме социального, культурного и физического человеческого капитала).

Стратегии современного общественного производства можно рассматривать на уровне его двух абстрактных форм: целевого развития человеческого капитала (программное развертывание сути процесса развития человека, содержание которого отражается в формировании физических и интеллектуально-образовательных способностей индивида) и саморазвития человеческого капитала (создание условий развертывания внутренней сути процесса саморазвития человека, содержание которого отражается в повышении совокупных потребительных и трудовых способностей индивидов)<sup>4</sup>.

Самопроизводство (саморазвитие) общества представляет собой отдельную современную форму его производства. Оно внешне выступает как форма активного существования человека, отражающая его саморазвитие в процессе всех форм жизнедеятельности<sup>5</sup>. Самопроизводство общества представляет собой «создание» неких целостных внутренних общественно ценных характеристик человека посредством его саморазвития. Приставка «само» подчеркивает активную роль субъекта в социализации и заключается в реализации внутреннего потенциала совершенствования, развития сущностных сил человека, формирования его новых системообразующих качеств по внутреннему плану, определяемому, с одной стороны, исходя из противостояния воздействия извне, с другой стороны, по «образу и подобию», очерченному культурой. В связи с этим мы полагаем, что производство современного общества, с одной стороны – это создание необходимых условий для саморазвития его человеческого капитала (самопроизводство необходимых характеристик человека), т. е. инвестиционная реализация создания условий для самопроизводства человека в процессе жизнедеятельности; с другой стороны – реализация

через социальные институты целевого развития общественно необходимого человеческого капитала посредством инвестиций в научно-образовательные институты с целью производства интеллектуально-образовательного человеческого капитала.

В современных условиях доля материального производства уменьшается, растет доля нематериального производства и производство услуг. Динамично развиваются отрасли, создающие культурные ценности, разного рода символы и регуляторы в комплексе социальных символов. Производственные структуры средств массовой информации создают и реализуют новые знания, информацию, информационные потоки, развивается рекламная производственная индустрия, устойчиво растет индустрия развлечений, формируется множество искусственных пространств (игровых, коммуникационных, туристических, кинематографических, научных, образовательных). В. Радаев в этой связи верно отмечает, что исследовательские, инновационные и изобретательские разработки непрерывно сопровождают производственный процесс, становятся его неотъемлемой преамбулой, интегрированной частью, условием социальной адаптивности. «Дизайнеры “упаковывают” ваш продукт, специалисты в области “публик рилейшнз” работают над созданием вашего имиджа. Культурные учреждения превращаются в сферу деловых услуг, их “продукция” ставится на поток. И сегодня фактически любой продукт помимо изначальных потребительских свойств несет в себе массу закодированной информации и нагружен ворохом смыслов и образов, символизирующих успех или здоровый образ жизни, идеологические пристрастия или принадлежность к этнической группе»<sup>6</sup>.

Современные производственные системы органически интегрируются с научно-образовательными и духовными структурами. Производство трансформируется в экономическую систему «знаков и пространства». В рамках производственных организаций происходит кругооборот не только капитала, труда, товаров, но и оборот знаний, информации, инноваций, культурных и ценностных образцов. Важнейшим объектом управления становятся инновационная организационная культура (ценности трудового раскрепощения, возможности внедрения трудовых новаций, равноправного сотрудничества управляющих и подчиненных, командного инновационного творчества, «инициатива и новаторство на каждом рабочем месте, рост социальной ответственности и социальных ожиданий работников, обновления ролей в структуре управленческой власти»<sup>7</sup>). Проявляется тенденция постепенного сокращения непосредственных материальных производственных объектов. Одновременно устойчиво растут информационные, образовательные, коммуникационные, реклам-



ные, духовно-ценностные составляющие производительной деятельности.

Таким образом, общественное производство сегодня – это не только процесс создания материальных благ, а также процесс создания нематериальных благ, производственное исследование, освоение и социальное накопление культурных ценностей, образцов, норм. В рамках производственных систем развиваются исследовательский, инновационный, образовательный, дизайнерский процессы. Здесь осуществляется когнитивная и культурная рефлексивность, человек реализует создание, интерпретацию, освоение и социальное накопление знаний, способностей, социокультурных знаков, символов, традиций.

Рассмотрим вторую фазу общественного воспроизводства – общественное распределение, представляющее собой не только связующее звено между производством и потреблением, но и систему социально-экономических процессов и отношений, спецификой которых является установление пропорций (доли) экономических субъектов в реализации и использовании совокупного общественного продукта. В процессе распределения выявляется доля производителей общественных ценностей в его присвоении и использовании. Распределение опосредует производство созданных материальных и духовных ценностей и поэтому представляет собой момент производства, ибо без распределения производство благ становится бессмысленным.

Распределение включает в себя две формы отношений: 1) отношения распределения (установление норм) созданных в обществе материальных, духовных благ и услуг; 2) отношения распределения (установление норм), а также размещение человеческого фактора экономики (трудоспособного занятого в экономике населения) в различных подсистемах хозяйствования. Распределение в обществе опосредует связь между производством и потреблением. Развитие отношений распределения зависит от разных факторов, важнейшие из которых – развитие института собственности, уровня экономической культуры, духовной культуры социума. Общественное хозяйство появляется как рыночная система лишь тогда, когда возникает возможность добровольного обмена, а распределение осуществляется не по воле экономического субъекта, а на основе объективных рыночных сигналов.

Социологический контекст исследования отношений распределения предполагает необходимость анализа не только норм распределения социальных и экономических ресурсов, но и воздействия рыночных инструментов распределения на трансформацию принципов справедливости в обществе. Экономическая социология анализирует механизмы распределения в контексте концепции социальной справедливости. Справедливость, определяемая как честность, в

рамках данного исследования рассматривается в контексте нравственных характеристик человека и выходит за грань проявления потребностей и интересов человека.

В современных условиях необходимо уточнение уровня справедливости установления цены, процентной ставки, калькуляции затрат, получения дохода тех или иных субъектов экономического действия. За практиками оценки и представлений «справедливой цены» могут стоять не только объективные, но и субъективные проявления: традиции людей платить за товар определенную цену, получать ее в контексте сложившихся и передаваемых правил, процедур, норм; убеждения акторов об определенных затратах на создание блага, товара, услуги; субъективный учет цен на товар у других продавцов; возможность купить, продать, обменять тот или иной товар в рамках определенных ценовых границ. В. Радаев в этой связи отмечает, что «справедливая цена является относительно независимым центром, вокруг которого происходят ценовые колебания. Этот центр принципиально отличен от стоимостной основы цен независимо от того, измеряется последняя затратами производителя или сравнительной ценностью для покупателя»<sup>8</sup>.

Распределение включает в себя серьезные социологические проблемы справедливости заработной платы. Поэтому всякие распределительные практики должны рассматриваться в ракурсе анализа справедливости заработной платы в сравнении с прошлым уровнем оплаты; с оплатой труда в различных хозяйственных организациях страны; с оплатой труда в разных регионах; в соотношении изменения заработной платы с динамикой цен; с изменением уровня духовных и материальных потребностей граждан. Отправным моментом всякого совершенствования мотивации трудовой деятельности является система распределение на макро- и микроуровнях, а также увеличение взаимосвязи уровня получаемого вознаграждения акторов и реальных результатов труда. В России традиционно формируются несправедливые системы оплаты труда. Работники умственного труда получают зарплату, как правило, ниже тружеников физического труда. Образовательная, здравоохранительная, информационные системы имеют заниженные механизмы формирования заработной платы. В то же время современному обществу необходимо не только устранение дисбаланса оплаты труда, но и внедрение справедливой системы «ее осуществления через раскрепощение условий труда, характера затрачиваемых усилий для реализации выполнения заданий и достижения необходимых целей»<sup>9</sup>. Современные диспропорции в распределении, несправедливости в оплате труда работников социальной сферы предстоит устранять в рамках последующих социально-экономических реформ России.



Таким образом, общественное распределение – это процессы и отношения, спецификой которых является установление пропорций (доли) экономических субъектов в реализации и использовании совокупного общественного продукта. В рамках систем распределения формируются (или не формируются) принципы социальной справедливости по поводу цены на материальные и духовные товары, общественные и частные услуги, социально значимые механизмы распределения заработной платы, пенсий, пособий, социальных выплат. В рамках социологического подхода процессы распределения характеризуют справедливость, а также эффективность установления пропорций получаемой доли экономических субъектов от созданных в обществе материальных и духовных благ. Именно распределение определяет основные трансформации в системе факторов общественной мотивации труда.

Рассмотрим третью фазу общественного воспроизводства – общественный обмен, представляющий собой не только связующий невидимый общественный механизм, обеспечивающий передачу тех или иных произведенных благ или услуг в систему потребления общества, но и систему социально-экономических отношений обмена деятельностью между людьми в непосредственной форме или опосредованной – в форме обмена продуктами труда. В товарном хозяйстве обмен осуществляется с помощью денег.

Обмен опосредует производство и распределение созданных материальных и духовных ценностей и поэтому представляет собой момент производства, ибо без обмена производство благ становится бессмысленным. Обмен в данном контексте так же производителен, как и производство, потому что он способствует социально значимым перемещениям благ в пространстве. Данные перемещения создают реальные условия более полного удовлетворения человеческих потребностей. Последнее увеличивает материальное и духовное богатство общества. Поэтому можно констатировать, что торговцы как субъекты социального воспроизводства являются классом, формирующим производительные ценности общества. Социальное и одновременно экономическое действие можно представить как обмен деятельностью, обеспечивающей условия создания в обществе как материального, так и духовного богатства. Обмен осуществляется на началах возмездности и эквивалентности в целях повышения выгоды как в экономической (рост прибыли торговца), так и в социальной (повышение статуса и властных позиций торговца) формах.

Необходимо отметить, что взаимный обмен всегда выполнял и сегодня выполняет как социальные, так и экономические функции, важнейшие из которых связаны с реализацией социальной взаимосвязи между фазами производства и

потребления, взаимного хозяйственного страхования, поддержки реализации социально-экономического планирования, мобилизации экономических, социальных и культурных факторов и ресурсов. При этом механизм реализации обмена лежит как в пределах непосредственной экономики, так и за пределами хозяйственных связей в рамках социокультурного пространства общества.

Поэтому обмен может традиционно рассматриваться в узкой системе торговых экономических отношений (Т-Д-Т). Здесь мы применяем чисто экономический контекст рассмотрения и выявляем тенденции роста и накопления денежной массы торговца. Одновременно обмен имеет и чисто социологическое проявление, как механизм формирования социальных связей, социального капитала, социального потенциала. Он в отдельных случаях должен рассматриваться без выяснения экономической полезности преподносимого блага для определенного субъекта. При данном рассмотрении обмен «в своей основе есть акт социального взаимодействия, в процессе которого люди извлекают не только экономическую, но и символическую пользу. Нерыночный обмен – это обмен социальными ценностями, демонстрация отношения сторон друг к другу (лояльности, доверия, уважения и др.)»<sup>10</sup>.

Акцент может делаться не на гарантии эквивалентного экономического возмещения затрат, а на формировании социальной сущности обмена: укреплении связей, зависимостей, проявлении социального признания, обновлении социального капитала. Агент в определенных случаях отказывается торговаться с подозрительным неизвестным экономическим актором, теряет прибыль, но поддерживает социальную дистанцию с определенными группами лиц (с которыми не имеет отношений доверия и понимания). Социальный капитал (социальные связи) имеет как экономический, так и социальный смысл в системе отношений обмена. Торговый субъект экономического действия часто проявляет особое отношение, предлагает особые цены постоянным клиентам, друзьям, родственникам, приятелям, землякам, единоверцам.

Здесь социальная связь проявляется как социальный капитал, определяющий социальную, а не экономическую выгоду субъекту экономического действия. Хотя при этом предполагается, что сегодняшней получатель блага в будущем должен ответить дарением аналогичного блага. В то же время может не преследоваться даже такая примитивная выгода обмена. Ведь инициатор дарения предположительно представляет иному лицу некоторое благо безвозмездно. Одновременно на практике складываются ситуации, когда аналога дарения вообще не существует или невозможно найти и предоставить в ответ. В данном случае речь идет о попытке лица, дарящего благо, укрепить свое социальное положение



ние в подсистеме социального пространства. В рассмотренном контексте обмен направлен не на рост имущества (или его накопление), а на получение социальной выгоды: укрепление социальных связей, накопление социального капитала, повышение престижа дарителя.

Таким образом, общественный обмен – это не только процессы и отношения, спецификой которых является движение материальных и духовных благ (как обменное проявление процесса распределения), но еще и социальный процесс формирования и укрепления социальных связей, обменного роста престижа, изменение социального положения в социальном пространстве общества, становление социального капитала (определяющего социальную, а не экономическую выгоду субъекту экономического действия). Необходимо подчеркнуть, что всякий процесс чисто рыночного обмена (продажа товара, перечисление денежных сумм) является также и социальным процессом. Ведь подавляющая часть цен тоже устанавливается в результате социальных переговоров, неформального торга, специфической системы взаимных уступок. Всякий торг в современном обществе необходимо рассматривать как социальный механизм коммуникаций и общения, установления новых социальных связей, обновления социальных контактов. Здесь экономические действия обмена, расчета сочетаются с социальными действиями с целью реализации торговой социальной игры, с социальной конкурентной борьбой, направленной на укрепление социального капитала акторов.

Рассмотрим четвертую фазу общественного воспроизводства – общественное потребление (завершающая фаза общественного воспроизводства), представляющее собой не только процесс социального уничтожения ранее созданных благ и услуг, но и систему отношений по поводу использования (расходования) продукта в процессе удовлетворения социально-экономических потребностей населения. Потребление порождает функцию роста не только потребительской силы человека, но и его способностей к труду. «Развитие потребительской силы субъекта труда связано с развитием его социально-экономических потребностей. Поэтому для общества важны не сами по себе условия жизни его членов, номинальный и реальный уровень их заработной платы, а важна оценка потребительских возможностей, а значит, и способностей его членов»<sup>11</sup>.

В контексте вышеизложенного общественное потребление условно можно представить как своеобразное отрицательное производство, ведь в процессе общественного потребления происходит уменьшение или уничтожение полезности произведенного материального и духовного продукта. Общественное потребление условно можно разделить на два основных типа.

Первый тип – социальное групповое (личное) потребление. Осуществляется за предела-

ми общественного производства. Сюда относятся, прежде всего, жилье, еда, питье, чтение, образование. Данный тип в условиях рыночной системы хозяйствования является, как правило, индивидуализированным или групповым процессом. Исключение представляет ряд подсистем общественного потребления: потребление услуг театров, индустрии кинофильмов, спортивные мероприятия, информационные технологии.

Второй тип – производительное (хозяйственное, экономическое) потребление. Осуществляется в рамках системы общественного производства. Здесь используются косвенные общественные блага: средства, предметы труда, человеческий капитал. В рамках производительного потребления создаются новые материальные и духовные потребительские блага. Процесс производства внешне проявляется как социально-экономический процесс производительного (хозяйственного, экономического) потребления.

В современных условиях является несостоятельным тезис экономистов о том, что люди формируют свою потребительскую стратегию исходя из стремления оптимального использования ограниченных ресурсов. В настоящее время население склонно к демонстрации престижного потребления как комплекса стратегий «нерационального» использования средств домашних хозяйств. Человек склонен к приобретению более дорогих и «ненужных» продуктов и услуг вместо «нужных» и более доступных (дешевых). «При этом, однако, подобное поддержание престижа – не прихоть, а довольно жесткая социальная норма для определенной группы населения, нередко весьма обременительная экономически, по крайней мере для ее менее обеспеченной части. “Остаться голодным, но прилично одетым” – подобный выбор можно считать рациональным, но его связь с мерками индивидуальной или общественной полезности окажется не столь очевидной»<sup>12</sup>. Современные потребительские практики сложны и непредсказуемы. Потребительские стратегии в разных странах выстраиваются по-разному и не всегда отражают уровень дохода населения. В странах Восточной Европы через потребительские практики можно узнать профессиональную принадлежность человека по стилю носимой одежды. В то же время в США профессиональную принадлежность человека по стилю одежды определить практически невозможно<sup>13</sup>. Объяснить данное несоответствие можно на основе принципов теории П. Бурдьё. Последний доказывает, что потребительским действиям предшествует совокупность вкусов (tastes). Вкусы, в свою очередь, базируются на «хабитусе» (habitus) – совокупности диспозиций группового мышления, восприятия и оценивания. Оценивание зависимо и определяется социальным происхождением, культурными традициями, образованием.



Таким образом, общественное потребление – это не только процессы и отношения, спецификой которых является использование продукта для удовлетворения социально-экономических потребностей населения. Общественное потребление в современных условиях представляет собой социальный процесс формирования стиля соучастных потребительских практик. Индивиды, реализуя потребительские стратегии, ориентируются на практики окружающей среды, они пытаются соучаствовать в едином социальном процессе коллективного и общественного потребительского взаимодействия. Потребительский выбор индивидов зависим и преимущественно ориентирован на потребительские приоритеты и выбор других окружающих социальных групп. Потребительский выбор отдельного актора объективно согласуется с окружающим социумом и в конечном итоге становится стратегией социальной самоидентификации, поведенческих и деятельных практик. Реклама в современном обществе все более теряет экономическое содержание. Она в новых условиях представляет собой не только и не столько экономическую технологию продвижения товаров на рынке и получение инструментов конкурентного преимущества, сколько социальный механизм распространения информации о прогрессивном социально необходимом и реализуемом потребительском выборе определенных социальных групп общества. По сути, реклама сегодня представляет собой средство формирования стратегий социальной самоидентификации. Она направлена на трансформа-

цию потребительского стиля поведения граждан, определяет процессы присоединения индивидов к определенным сообществам потребления.

#### Примечания

- 1 Радаев В. В., Шкаратан О. И. Социальная стратификация. М., 1996. С. 208.
- 2 Сорокин П. А. Человек. Цивилизация. Общество : пер. с англ. М., 1992. С. 190.
- 3 Быченко Ю. Г., Баландина Т. М. Экономическая социология : учеб. пособие. Саратов : СГСЭУ, 2012. С. 54.
- 4 См.: Быченко Ю. Г., Баландина Т. М. Трансформации управленческих процессов в условиях становления обучающейся хозяйственной организации // Изв. Сарат. ун-та. Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2010. Т. 10, вып. 3. С. 22–26.
- 5 См.: Ядов В. А. Саморегуляция и прогнозирование социального поведения личности. Л., 1979.
- 6 Радаев В. Экономическая социология. М., 2000. С. 90.
- 7 Баландина Т. М. Формирование организационной культуры инновационного типа. Саратов, 2004. С. 80–81.
- 8 Радаев В. Указ. соч. С. 90.
- 9 Баландина Т. М. Социология управления. Саратов, 2005. С. 132.
- 10 Басов С. А. Гражданское общество и гражданские отношения : поиск смысла // Социс. 2012. № 2. С. 76.
- 11 Быченко Ю. Г., Рудченко Т. Л. Управление социальным развитием современного предприятия. Саратов, 2013. С. 9.
- 12 Радаев В. Указ. соч. С. 90.
- 13 См.: Bourdieu P. Distinction : A Social Critique of the Judgement of Taste. L., 1984. P. 171.

### СЛОВО МОЛОДЫМ СОЦИОЛОГАМ

УДК 316.33

## ОБЩАЯ И КОНКРЕТИЗИРОВАННАЯ СИСТЕМЫ СОЦИАЛЬНОГО КОНТРОЛЯ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

А. В. Кузьмин

Саратовский военный институт внутренних войск МВД России  
E-mail: kuzmin1@front.ru

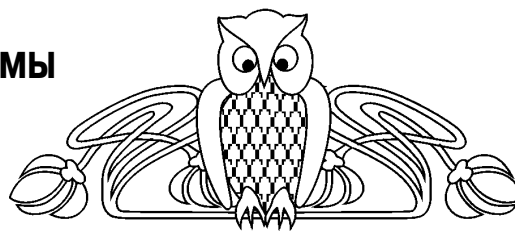
В статье раскрывается сущность общей и конкретизированной системы социального контроля хозяйственной организации, уточняются пути взаимодействия и интеграции систем контроля организации в условиях современного этапа реформ российского общества.

**Ключевые слова:** социальный контроль, формы контроля, общий контроль, конкретизированный контроль.

#### General and Specified Systems of Economical Organization Social Control

A. V. Kuzmin

The article essence of general and specified systems of economical organization social control is revealed. The ways of organization



control systems interaction and integration in modern Russian society reforming is defined.

**Key words:** social control, forms of control, general control, specified control.

DOI: 10.18500/1818-9601-2015-15-3-52-55

Исследование процессов развития социального контроля предполагает уточнение системных компонентов данного явления, ранжирования различных подсистем контроля в плане их функциональной значимости. Поэтому важно подробно рассмотреть относительно независимые системные компоненты контроля хозяйственной организации, уточнить взаимосвязь