

УДК 316.4  
DOI 10.18522/2227-8656.2022.5.11  
EDN FFUQEI



Эта статья в журнале – научная

## ДЕМОНСТРАТИВНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ В КОНТЕКСТЕ ВЛИЯНИЯ КРИЗИСНЫХ ПЕРИОДОВ

## DEMONSTRATIVE CONSUMPTION IN THE CONTEXT OF THE IMPACT OF CRISIS PERIODS

© 2022 г.

**И. В. Печкуров\***

© 2022 г.

**I. V. Pechkurov\***

\* Южно-Российский филиал Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук, г. Ростов-на-Дону, Россия

\* South Russian Branch of the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences, Rostov-on-Don, Russia

**Цель исследования:** выявить влияние кризисных периодов (в том числе пандемии и начала военной спецоперации на Украине) на демонстративное потребление россиян.

**Objective of the study** is to identify the impact of crisis periods (including the pandemic and the beginning of a military special operation in Ukraine) on the demonstrative consumption of Russians.

**Методологическая база исследования:** трансдисциплинарная научная парадигма, ориентированная на преодоление дисциплинарной ограниченности и получение целостного научного знания о влиянии кризисных периодов на демонстративное потребление россиян.

**The methodological basis of the research:** a transdisciplinary scientific paradigm focused on overcoming disciplinary limitations and obtaining holistic scientific knowledge about the impact of crisis periods on the demonstrative consumption of Russians.

**Результаты исследования.** Борьба с пандемией коронавируса, усложнение международной обстановки и начало военной спецоперации на территории Украины оказали влияние на поведение и состояние ценностных ориентаций россиян. Это влияние способствует формированию тенденции к вытеснению в перспективе из социокультурного пространства ценностных оснований и паттернов демонстративного потребления, сложившихся в контексте «общества потребления», и восстановлению регулятивного

**Research results.** The fight against the coronavirus pandemic, the complication of the international situation and the beginning of a military special operation on the territory of Ukraine have influenced the behavior and state of value orientations of Russians. This influence contributes to the formation of a tendency to displace in the future from the socio-cultural space the value bases and patterns of demonstrative consumption that have developed in the context of the “consumer society”, and the restoration of the regulatory and motivational functional val-

и мотивационного функционала ценностей коллективизма и взаимопомощи в более сложных условиях.

*Перспективы исследования* связаны с дальнейшими исследованиями ценностных оснований и паттернов демонстративного поведения в российском обществе в контексте трансформационных геополитических процессов.

**Ключевые слова:** демонстративное потребление; коронакризис; «общество потребления»; потребительские практики; символические коды; ценности; горизонтальные социальные связи; коллективная взаимопомощь.

ues of collectivism and mutual assistance in more difficult conditions.

*Prospects of the study* are connected with further research of the value bases and patterns of demonstrative behavior in Russian society in the context of transformational geopolitical processes.

**Keywords:** demonstrative consumption; crown crisis; “consumer society”; consumer practices; symbolic codes; values; horizontal social ties; collective self-help.

**Введение.** Рассматривая в социально-философском ракурсе ставший привычным для россиян за минувшие десятилетия феномен демонстративного потребления, исследователи отмечают преимущественно те его черты и характеристики, которые раскрывают социальную сущность демонстративных потребительских практик. Она, как показывают многочисленные исследования, заключается в замещении прямого содержания потребления символическим, позволяющим использовать потребляемые товары в качестве знаков высокого социального статуса, престижного рода занятий, материального благосостояния и в целом жизненной успешности.

В течение длительного времени распространение демонстративного потребления и соответствующих потребительских стилей и стратегий в российском обществе подпитывалось социальными и культурными процессами, инициированными первым этапом реформ. Речь идет о социально-экономическом расслоении и поляризации общества, возникновении деформаций в социально-статусной системе, выражавшихся в смещении вниз почти всех социальных статусов, не подкрепляемых непосредственно деньгами или властными ресурсами, об обесценивании образования, профессионализма и культурного капитала, которые очень трудно стало конвертировать в социальный статус без причастности к деньгам и власти. Возникли феномены «новых бедных» (работающих, но живущих на грани прожиточного минимума) и «новых русских», ушедших в бизнес во времена «дикого капитализма» и оторвавшихся от своих культурных корней, связанных с потребительской сдержанностью и приоритетом духовных ценностей.

Наряду с этим, период деинституционализации норм и ценностного вакуума, порожденных быстрой и радикальной трансформацией общества, вы-

звал к жизни масштабную коррупцию на всех уровнях, которая в условиях практического отсутствия правового контроля превратилась в траекторию стремительного и бесконтрольного обогащения. Значительные денежные накопления нетрудового и зачастую криминального происхождения стимулировали потребление, выходящее далеко за рамки не только необходимого, но и отвечающего здравому смыслу.

Все это в совокупности сформировало социокультурный контекст демонстративного потребления, символически отражавшего как неограниченный масштаб доходов, так и неподконтрольность их обществу, интерпретировавшуюся как высокий формальный и (или) неформальный (теневой) статус. В этом контексте демонстративное потребление в самых разных, зачастую даже нелепых формах произрастало на почве не только действия указанных факторов, но и низкого уровня личной культуры, оторванности от базовых культурных ценностей, сложившегося пренебрежения к социуму и особенно «социальным низам». Исследователи отмечают, что распространение демонстративного потребления в современном российском обществе является следствием прохождения им в 90-е годы периода первоначального накопления капитала; при этом здесь имеет место совмещение характеристик демонстративного потребления, свойственных и премодерну, и модерну, и постмодерну (Артёмова, 2021; Залуниин, Немнонов, 2020). Однако корни этого феномена лежат глубже как с исторической, так и с социокультурной точки зрения, связаны с формированием и глобальным распространением индивидуалистических ценностей и моделей общества потребления. Как подчеркивает М. К. Горшков, «социальная история России последнего пятидесятилетия неразрывно связана с массовой мотивацией общества потребления, а потому в известной мере может считаться историей становления и развития индивидуалистических ценностных ориентаций» (Горшков, 2017).

**Влияние кризисных ситуаций в обществе на распространение демонстративного потребления.** Благодаря культурной инерции модели и стили, ассоциированные с демонстративным потреблением, сохранялись и распространялись и в последующие за девяностыми годами десятилетия социального благополучия. Однако в последние несколько лет в жизнь российского социума включились новые, пришедшие извне, не вызревшие в сложившемся социокультурном контексте факторы – пандемия и начало военной спецоперации на Украине. Эти факторы, обладающие совершенно разной природой, имеют между собой и общее: их форс-мажорный характер, внезапность вторжения в социальную жизнь, трагичность и серьезность которого неизбежно влияет на социальное поведение людей, в том числе и на потребительское. С другой стороны, имеет место и непосредственное влияние пандемии на экономику, как и прямое и опосредованное

воздействие на нее введенных международных санкций, и это тоже не может не сказываться на потреблении.

Все это делает актуальной оценку влияния последних событий на потребительскую активность и, в частности, на демонстративное потребление.

Согласно последним исследованиям, пандемия в целом оказала существенное влияние на российскую и мировую экономику. Достаточно длительный локдаун, переход сотрудников на дистанционную работу, продолжительное действие противоэпидемических ограничений, разрушительно сказавшихся на состоянии мелкого бизнеса, временная нетрудоспособность по болезни синхронно большого числа работников, – все эти и многие другие следствия пандемии привели к снижению доходов представителей массового слоя населения, сокращению рабочих мест, временному или постоянному закрытию многих частных фирм и предприятий, оказавшихся не в силах оставаться на плаву в усложнившихся условиях. Значительно пострадали предприятия общепита и бытового обслуживания, косметические салоны, зрелищные учреждения.

Однако если говорить о конкретных проявлениях влияния пандемии на благосостояние и уровень доходов россиян, необходимо признать, что его последствия были неоднородными для разных категорий людей. По мнению исследователей, «легче всего пережили год в условиях пандемии россияне, имеющие качественное образование, занятые умственным квалифицированным трудом, а также предпринимательством. Их ситуация как минимум не ухудшилась, а у некоторых даже продолжала улучшаться. Одним из факторов, предохранявших от рисков, выступала занятость в государственном секторе экономики со стабильными трудовыми контрактами, гарантированной выплатой заработной платы, развитыми практиками соблюдения ТК РФ... Ключевые факторы динамики материального положения наших сограждан связаны с качеством их человеческого потенциала и положением, занимаемым ими в системе производственных отношений» (Слободенюк, 2021. С. 13).

Эти выводы представляются вполне естественными, учитывая, что к началу пандемии россияне подошли в состоянии значительного социально-экономического расслоения. Даже внутри массового слоя имеет место существенная разница доходов и социальных возможностей, связанных с преимуществами занятости в государственном секторе экономики, наличием у работников госсектора стабильных зарплат и относительно надежных социальных гарантий. Второй значимый момент – более «долговременные» преимущества, обусловленные «качеством человеческого потенциала»; в этот показатель включаются высокий уровень образования, профессиональной квалификации, позволяющий заниматься высококвалифицированным умственным трудом, в том числе на дому, дистанционно, а также общий куль-

турный капитал, сформировавшийся благодаря образованности и высокому уровню культуры родителей.

В то же время есть социально-профессиональные группы и социальные слои, наиболее пострадавшие из-за пандемии. Прежде всего к ним относятся люди, не имеющие постоянного места работы и профессионального образования. Кроме того, одним из трех наиболее значимых признаков человеческого потенциала является состояние здоровья. В классификации Е. Слободенюк индикаторами качества человеческого потенциала выступают: «наличие высшего (или более высокого уровня) образования у самого человека, обоих его родителей, а также хорошее здоровье». Негативное влияние на способность человека выдерживать натиск неблагоприятных обстоятельств в условиях пандемии оказывает сочетание образования не выше среднего общего у самого человека и обоих его родителей с плохим здоровьем. Согласно данным Е. Слободенюк, «даже в непростых условиях, опосредованных пандемией, обладание тремя признаками качественного человеческого потенциала в 1,5 раза (по сравнению со средним по стране) повышает шансы на восходящую динамику и практически вдвое снижает риски нисходящей» (Слободенюк, 2021. С. 13).

Таким образом, ущерб, нанесенный пандемией на индивидуальном уровне, во многом определяется личностными особенностями и обстоятельствами конкретного человека. При этом результаты опросов свидетельствуют о диспропорции в оценках ущерба на индивидуальном уровне и в масштабах страны. Как отмечает Н. Д. Коленникова, «если на страновом уровне масштабы потерь от COVID-19 видятся существенными более чем половине опрошенных, а каждый четвертый и вовсе считает их катастрофическими, то в отношении ближайшего окружения и особенно применительно к себе лично ситуация воспринимается заметно спокойнее (41 % и 7 %, 35 % и 9 % соответственно» (Каравай, 2021). Это расхождение, по ее мнению, представляет собой проявление психоэмоциональной установки большинства россиян (95 %), определяющей стремление «жить не хуже других». Этот психологический фактор побуждает людей имитировать экономическое и потребительское благополучие, оценивая ущерб в целом по стране или в ближайшем окружении как более катастрофический в сравнении с потерями собственного семейного бюджета. При этом прослеживается взаимосвязь высказываемых оценок ущерба и уровня образования, возраста, места проживания: невысокий уровень образования, как и молодой или пенсионный возраст, и проживание в сельской местности коррелируют с тенденцией занижить оценку понесенного лично ущерба от пандемии в сравнении с потерями других и социума в целом. Результаты опросов показывают, что только треть россиян на сегодняшний день смогли относительно благополучно адаптироваться к изменениям условий суще-

ствования под влиянием пандемии (Каравай, 2021). Разумеется, и для этой группы остаются неопределенными долговременные последствия пандемии, как в отношении состояния здоровья и трудоспособности, так и в отношении экономического благосостояния и потребительской активности.

Демонстративное потребление как поведенческая стратегия тесно связано со спецификой системы ценностей, прежде всего с ее деформацией в сторону повышения ранга ценностей потребления. В этом смысле некоторые изменения в системе ценностных ориентаций россиян вследствие пандемии естественным образом должны были сказаться на их потребительском поведении. Как показала Н. Е. Тихонова, трудности и риски, связанные с пандемией, способствовали росту значимости таких личностных качеств как инициативность и предприимчивость, позволяющих не ожидая помощи государства самостоятельно обеспечивать себя и свою семью. Однако в то же время рост осознания необходимости самостоятельно организовывать свое благополучие, отказавшись от привычных патерналистских установок, не означает психологической готовности выделиться из общей массы. Пандемия усилила стремление не выделяться из контекста социума, «быть как все». Это, по-видимому, связано с переоценкой значимости совместного преодоления трудностей, коллективной взаимопомощи в сложной жизненной ситуации, приведшей к некоторому дистанцированию от индивидуалистических ценностей. Тихонова подчеркивает, что в последние годы среди россиян отчетливо сформировалась тенденция «жить как все» (Тихонова, 2021. С. 51).

Такая жизненная ориентация входит в противоречие со стремлением выделиться, заявить о своей инаковости и обратить на себя внимание других, которое является аксиологической и психологической основой демонстративного потребления. Представляется вероятным, что демонстративное потребление как модель потребительского поведения в кризисные периоды жизни общества, каковым, несомненно, является пандемия, в той или иной мере утрачивает ценностные основания, служащие ему опорой культурной легитимации. Индивидуалистические ценности, сформировавшиеся в среде россиян благодаря обширным культурным заимствованиям в первый период социетальной трансформации, эффективно работают в периоды социального благополучия и хотя бы относительного экономического достатка, мотивируя стремление выделиться из общей массы и подчеркнуть индивидуальную неповторимость. Однако во время кризисов, которые ставят под вопрос не только личное благополучие, но и выживание, происходит смена динамики ценностей и актуализируются те из них, которые обеспечивают сплоченность и взаимопомощь. В этом аксиологическом контексте демонстративное потребление, естественно, ослабляет позиции, поскольку происходит восстановление и оживление горизонтальных социальных связей и укрепление локальных солидарностей. Как подчеркивает А. В. Каравай, «пандемия спо-

собствовала укреплению в обществе социальных связей» (Каравай, 2021. С. 64). Таким образом, можно констатировать, что среди социальных эффектов пандемии есть не только негативные, но и позитивные, связанные с относительной компенсацией деструктивных по сути деформаций в социальной структуре, вызванных социальным расслоением и имущественной дифференциацией, возникшими в ходе системных реформ.

Этим структурным изменениям в обществе сопутствуют изменения аксиологические. По утверждению Н. Е. Тихоновой, «коронакризис с характерной для него мобилизацией общества актуализировал стандартные для отечественной культуры базовые ценности россиян – ценность чистой совести в противовес установке на “успех любой ценой”» (Тихонова, 2021. С. 51). Разумеется, в такой ситуации демонстративное потребление становится малоуместным, да и сама установка на успех несколько трансформируется. При этом результаты опросов, приведенные Тихоновой, показывают, что жизненные цели современных россиян в период после начала пандемии связываются ими преимущественно с возможностью «честно прожить свою жизнь, иметь отдельное жилье, создать счастливую семью и обзавестись надежными друзьями, воспитать хороших детей, заниматься интересной работой и жить не хуже других» (Тихонова, 2021. С. 53). В этом перечне только пункт «жить не хуже других» по смыслу может ассоциироваться с демонстративным потреблением, поскольку предполагает сравнение себя и своего уровня жизни с тем, как живут другие. Согласно Х. Лейбенштайну, именно стремление «присоединиться к большинству», покупать те же товары, что и окружающие, является одним из главных факторов демонстративного потребления (Лейбенштайн, 1999).

Тем не менее за последние годы резко возросло число тех, кто не верит в реализуемость на практике своих жизненных целей и планов, связывая это с ухудшившейся ситуацией в стране. Этот факт коррелирует с наличием практически не меняющейся в процентном отношении категории людей, предпочитающих бездействие как жизненную стратегию. Согласно данным А. В. Каравай, хотя в период пандемии «большинство россиян предпринимает те или иные действия в целях улучшения собственного материального положения... по крайней мере, с 2013 г. доля бездействующих в этом отношении немногим превышала треть взрослого населения, не меняясь даже в периоды значительных экономических спадов» (Каравай, 2021. С. 60). И несмотря на то, что значительную долю от этого числа составляют люди, которым мешает предпринимать усилия по повышению благосостояния их собственная низкоресурсность, есть немалая доля и тех, кто выбрал пассивность своей жизненной стратегией по субъективным причинам: не верят в возможность что-либо изменить или не видят в этом нужды. Возможно, именно эта категория людей, помимо элит, и является в настоящее время социальной базой де-

монстративного потребления как компенсаторной поведенческой стратегии, позволяющей получать самоутверждение и ощущение социальной реализованности, сохраняя в целом установку на пассивность.

Стремление к преодолению проявлений социальной несправедливости, установлению справедливых общественных отношений и в первую очередь справедливости в сфере потребления, на которое указывает А. Л. Андреев, анализируя образ будущего в представлениях современных россиян, выражается в том, что именно обеспечение социальной справедливости ставится респондентами опросов на первое место среди желаемых характеристик будущего страны. Еще одной важной характеристикой, хотя и занимающей не такое высокое место в иерархии, является ограничение социального неравенства (Андреев, 2021. С. 93).

Символическая роль демонстративного потребления имеет все меньшее социальное значение и помимо влияния пандемии. Как свидетельствуют исследования, сама по себе тенденция распространения демонстративного потребления уже не является доминирующей в потребительском поведении, постепенно уступая место «незаметному потреблению», направленному на улучшение качества собственной жизни индивидуального потребителя (Доходы, расходы и сбережения населения России... 2019. С. 145).

Данные исследований дают основания считать, что коронакризис в некоторой мере вернул россиян к ценностям коллективизма и взаимной поддержки, к ощущению большей значимости духовных ценностей по сравнению с потребительскими. В то же время для многих людей со стабильными доходами и постоянной хорошо оплачиваемой работой пандемия с ее рисками не стала причиной отказа от привычных потребительских практик, например, в досуговой сфере. В такой потребительской активности, несомненно, присутствует и элемент демонстративного потребления, ориентированного на подтверждение своей возможности «жить не хуже других» и тем самым – своего социального статуса и материального благополучия.

Начало военной спецоперации на территории Украины произвело существенные изменения в российском обществе, акцентировав реальную, а не декларативно-презентационную значимость традиционных социетальных ценностей, обострив при этом множественные мировоззренческие противоречия, имевшие место и прежде. Однако поскольку эти противоречия имеют идейный характер, а традиционные терминальные ценности россиян духовны по своему содержанию, указанные факторы, по-видимому, будут способствовать и уже способствуют снижению интереса общества и индивидов к ценностям потребления. «Идеология потребления», генетически привязанная к «обществу всеобщего благоденствия», описанному Г. Маркузе (Маркузе, 2003) и другими теоретиками середины XX века, возникает и распространяется в условиях не только достаточно высокого уровня жизни масс, но

и отсутствия серьезных мировоззренческих противостояний и социальных сдвигов. В таких ситуациях потребление в его демонстративных формах становится не только единственно возможной формой «мягкого» социального контроля, как утверждает Маркузе, но и единственно возможным символическим языком самоописания индивида и его конструирования социально-статусной идентичности.

Во времена кризисов и общественных катаклизмов ситуация с поиском адекватных форм самоописания и идентичности меняется. Актуализируются и наполняются новым смыслом и энергией символические коды и ценности, существовавшие в данном социокультурном пространстве уже давно, но в результате долгой не востребоваемости подвергшиеся симулякризации в массовом сознании. Возвращение этим кодам и ценностям актуального бытования в социуме, помимо обретения ими вновь энергии и значимости, способствует преодолению описанных Маркузе процессов замыкания культурного универсума, обретению бытийной открытости, а вместе с ней – восстановлению полномасштабного функционала этих ценностей и кодов как ориентиров для конструирования идентичностей и формирования самоописаний. Поскольку коллективное сознание вновь открывается предельным реальностям бытия, в том числе реальности смерти, которая в благополучные периоды вытесняется за пределы рефлексии, эти реальности возвращают себе потенциал влияния на индивидуальную и массовую психологию. Несмотря на объективную трагичность кризисных периодов, они возвращают обществу и человеку ощущение причастности текущим историческим процессам, и тем самым – собственной бытийной значимости, неотменимости собственного онтологического выбора.

В этом контексте символический язык демонстративного потребления воспринимается обществом и самими субъектами потребительских практик как более скудный и бедный, лишенный объемности, психологически примитивный. Происходит естественное оттеснение связанных с демонстративным потреблением ценностей и стереотипов на задний план, расширение осознанности, личность в определенном смысле «дорастает» до высоких терминальных ценностей, заново осваивает символы и коды традиционной культуры.

Разумеется, мы описали лишь общую тенденцию, которая может не проявиться у каждого индивида. Но кризисные периоды позволяют этой тенденции наметиться, а реалиям «общества потребления» – отступить.

**Резюме.** Значимые события, которыми охарактеризовалась жизнь российского общества в последние годы, а именно борьба с пандемией коронавируса, усложнение международной обстановки и начало военной спецоперации на территории Украины, оказали влияние на поведение и состояние ценностных ориентаций россиян. Это влияние способствует формированию

тенденции к вытеснению в перспективе из социокультурного пространства ценностных оснований и паттернов демонстративного потребления, сложившихся в контексте «общества потребления», и восстановлению регулятивного и мотивационного функционала ценностей коллективизма и взаимопомощи в более сложных условиях.

### Литература

*Андреев А. Л.* Ожидания, надежды и образы будущего // Информационно-аналитический бюллетень Института социологии ФНИСЦ РАН. – 2021. – № 2. – С. 90–103. – DOI 10.19181/INAB.2021.2.7. – EDN ZZTUFV.

*Артемова Т. И.* Эволюция феномена демонстративного потребления и его черты в современном российском обществе // Инновации и инвестиции. – 2021. – № 2. – С. 15–18. – EDN JHEKPB.

*Горшков М. К.* Российский социум в условиях кризисного развития: контекстный подход (статья 2) // Социологические исследования. – 2017. – № 1(393). – С. 5–13. – EDN VNNHWI.

*Прутцева А. К.* Определяющие факторы культуры потребления в современной России // Доходы, расходы и сбережения населения России: тенденции и перспективы : сборник материалов IV Международной научно-практической конференции, Москва, 04 декабря 2018 года / под редакцией А. В. Ярашевой, О. А. Александровой, Н. В. Аликперовой. – М. : ОАО Фабрика офсетной печати, 2019. – С. 102–108. – EDN MPRVLU.

*Залунин В. И.* Социально-культурный проект постмодерна / В. И. Залунин, А. С. Немнонов // Международный научно-исследовательский журнал. – 2020. – № 11-2(101). – С. 161–167. – DOI 10.23670/IRJ.2020.101.11.064. – EDN KRHOVI.

*Каравай А. В.* Распространенность конструктивных и деструктивных видов экономической активности и практик наращивания человеческого потенциала // Информа-

### References

*Andreev A. L.* (2021) Expectations, hopes and images of the future // Information and Analytical Bulletin of the Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences. – No. 2. – Pp. 90-103. – DOI 10.19181/INAB.2021.2.7.

*Artemova T. I.* (2021) Evolution of the phenomenon of demonstrative consumption and its features in modern Russian society // Innovations and investments. – No. 2. – Pp. 15-18.

*Gorshkov M. K.* (2017) Russian society in conditions of crisis development: a contextual approach (article 2) // Sociological research. – № 1(393). – Pp. 5-13.

*Pрутцева А. К.* (2019) Determining factors of consumer culture in modern Russia // Incomes, expenses and savings of the Russian population: trends and prospects : Collection of materials of the IV International Scientific and Practical Conference, Moscow, December 04, 2018 / Edited by A. V. Yarasheva, O. A. Alexandrova, N. V. Alikperova. – M. : JSC Offset Printing Factory. – Pp. 102-108.

*Залунин В. И.* (2020) Socio-cultural project of postmodernity / V. I. Zalunin, A. S. Nemnonov // International Scientific Research Journal. – № 11-2(101). – Pp. 161-167. – DOI 10.23670/IRJ.2020.101.11.064.

*Karavai A. V.* (2021) The prevalence of constructive and destructive types of economic activity and the practice of building human potential // Information and Analytical Bulletin of the Institute of Sociology of the FNSC RAS. – No. 2. – Pp. 60-71. – DOI 10.19181/INAB.2021.2.5.

*Kolennikova N. D.* (2021) The Impact of the pandemic on the socio-psychological the well-

ционно-аналитический бюллетень Института социологии ФНИСЦ РАН. – 2021. – № 2. – С. 60–71. – DOI 10.19181/INAB.2021.2.5. – EDN PQUUTK.

*Коленникова Н. Д.* Воздействие пандемии на социально-психологическое самочувствие и поведение россиян // Информационно-аналитический бюллетень (ИНАБ). Российское общество в условиях пандемии: год спустя (опыт социологической диагностики). – 2021. – № 2. – С. 18–32. DOI 10.19181/INAB.2021.2.2

*Маркузе Г.* Одномерный человек. Исследование идеологии развитого индустриального общества – М. : АСТ, 2002. – 526 с.

*Рослякова Н. А.* Коронакризис и трансформация потребительского спроса в регионах России / *Н. А. Рослякова, И. В. Митрофанова, Л. В. Дорофеева* // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2020. – Т. 10. – № 5-1. – С. 447–467. – DOI 10.34670/AR.2020.46.64.052. – EDN DNQNXR.

*Тихонова Н. Е.* Изменения в ценностях и установках россиян: зона устойчивости и новые доминанты // Информационно-аналитический бюллетень Института социологии ФНИСЦ РАН. – 2021. – № 2. – С. 47–59. – DOI 10.19181/INAB.2021.2.4. – EDN HUOHMB.

*Для цитирования:* Печкуров И. В. Демонстративное потребление в контексте влияния кризисных периодов // Гуманитарий Юга России. – 2022. – Т. 11. – № 5. – С. 134–144. DOI 10.18522/2227-8656.2022.5.11 EDN FFUQEI

#### Сведения об авторе

##### **Печкуров Илья Васильевич**

Кандидат социологических наук, старший научный сотрудник, Южно-Российский филиал Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук

344006, г. Ростов-на-Дону, ул. Пушкинская, 160,  
e-mail: i.pechkurov@gmail.com

being and behavior of Russians // Information and Analytical Bulletin (INAB). Russian society in the context of the pandemic: a year later (the experience of sociological diagnostics). – No. 2. – Pp. 18-32. – DOI 10.19181/INAB.2021.2.2.

*Marcuse G.* (2002) One-dimensional man. A study of the ideology of a developed industrial society – M. : AST. – 526 p.

*Roslyakova N. A.* (2020) Koronacrisis and transformation of consumer demand in the regions of Russia / *N. A. Roslyakova, I. V. Mitrofanova, L. V. Dorofeeva* // Economy: yesterday, today, tomorrow. – Vol. 10. – No. 5-1. – Pp. 447-467. – DOI 10.34670/AR.2020.46.64.052.

*Tikhonova N. E.* (2021) Changes in the values and attitudes of Russians: the zone of stability and new dominants // Information and Analytical Bulletin of the Institute of Sociology of the FNSC RAS. – No. 2. – Pp. 47-59. – DOI 10.19181/INAB.2021.2.4.

#### **История статьи:**

Поступила в редакцию – 09.09.2022 г.

Получена в доработанном виде –  
20.10.2022 г.

Одобрена – 11.11.2022 г.

#### Information about author

##### **Pyа V. Pechkurov**

Candidate of Sociological Sciences, Senior Researcher, South Russian Branch of the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences

344006, Rostov-on-Don,  
Pushkinskaya str., 160,  
e-mail: i.pechkurov@gmail.com