

**Паттерны потребления у представителей московской молодежи с
постматериальными ценностями**

Научный руководитель – Кузина Ольга Евгеньевна

Власова Екатерина Олеговна

Студент (бакалавр)

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Факультет
социальных наук, Москва, Россия

E-mail: kate-vlasova@list.ru

Потребление в современном обществе является важнейшим социальным феноменом, и именно по практикам потребления мы можем судить об идентичности и даже ценностных установках индивида [1]. Распространение постматериальных ценностей в обществе способствует установлению новых норм, социально желательных установок и поведенческих паттернов [2].

Последствием распространения постматериальных ценностей является сдвиг потребительских паттернов в сторону более осознанного потребления и образа жизни [3], однако выражение людьми приверженности постматериальным ценностям может не оказывать никакого влияния на реальное поведение и практики, и даже идти вразрез с ними [4].

Постматериальные ценности находят отражение в потреблении молодежи, однако для многих ценность собственного комфорта превалирует над осознанным образом жизни. Барьеры для установки новых паттернов потребления носят институциональный характер, которые ограничивают объем практик, применяемых в повседневной жизни.

Список литературы:

С.А. Ильиных. Ключевые понятия общества потребления: исследование с позиции социологии. Журнал социологии и социальной антропологии. 2011. Том XIV No 5 (58).

[2] Инглхарт Р. Культурная эволюция. Как изменяются человеческие мотивации и как это меняет мир. М.: Мысль, 2018.

[3] Kate Soper. A New Hedonism: A Post-Consumerism Vision, 2017

<http://www.truevaluemetrics.org/DBpdfs/Initiatives/Next-System-Project/Transformations-Post-Consumerism-2017.pdf>

Давыдов Д.А. Концепция постматериализма Роналда Инглхарта в критической перспективе // Науч. ежегодник Ин-та философии и права Урал. отд-ния Рос. акад.наук, 2018. Т. 18, вып. 3, с. 86-102.