

Научная статья
УДК 378+72.06+72.01
DOI: 10.15293/1813-4718.2403.01

Потребление в образовательной сфере как индикатор социализации

Чапля Татьяна Витальевна¹

¹Новосибирский государственный педагогический университет, Новосибирск, Россия

Аннотация. В статье актуализируется проблема потребления в образовательной сфере и ее связь с процессом социализации.

Цель статьи – анализ мотивов демонстративного потребления и условий и способов его реализации в системе образования как механизма социализации в обществе потребления.

Методология. В качестве методологической базы использовались: 1) концепция принятия роли Другого Дж. Мида; 2) концепция демонстративного потребления Т. Веблена и М. Вебера как индикаторов сословной структуры общества и гаранта формирования мотивов и целей потребления; 3) социологический подход, позволяющий выстроить исследование на основе концепции сходства и различия П. Бурдьё.

Результаты исследования: на основе определения процессов потребления в современном обществе рассмотрено получение образования как вариант демонстративного потребления, выявлены его мотивы и варианты. Показано, что выбор субъектом траектории получения образования вне зависимости от его цели и мотивов выступает способом социализации в обществе потребления.

Заключение. Делается вывод о том, что демонстративное потребление в образовании проявляется в том, что образование, функционирующее как социальный институт, выполняет функции не только образования общества, организации процесса обучения, но и символического потребления: оно является инструментом поддержания существующей социальной иерархии, способом перемещения по социальным слоям, то есть организует и обеспечивает социальную мобильность, а также индикатором финансовых возможностей, личностных предпочтений и амбиций.

Ключевые слова: образование; обучение; потребление; социализация; социальная мобильность; социальная роль; социальная стратификация

Для цитирования: Чапля Т. В. Потребление в образовательной сфере как индикатор социализации // Сибирский педагогический журнал. – 2024. – № 3. – С. 7–17.
DOI: <https://doi.org/10.15293/1813-4718.2403.01>

Scientific article

Consumption in the Educational Sphere as an Indicator of Socialization

Tatyana S. Chaplya¹

¹Novosibirsk State Pedagogical University, Novosibirsk, Russia

Abstract. The article actualizes the problem of consumption in the educational sphere and its connection with the process of socialization.

The purpose of the article is to analyze the motives of demonstrative consumption and the conditions and ways of its implementation in the educational system as a mechanism of socialization in the consumer society.

Methodology. As a methodological basis were used: 1) the concept of accepting the role of the Other by J. Mead; 2) the concept of demonstrative consumption by T. Veblen and M. Weber as indicators of the class structure of society and guarantor of the formation of motives and goals of consumption; 3) the sociological approach, which allows building the study on the basis of the concept of similarity and distinction by P. Bourdieu.

Research results: based on the definition of consumption processes in modern society, the study considers education as a variant of demonstrative consumption, reveals its motives and variants. It is shown that the subject's choice of the trajectory of receiving education, regardless of its purpose and motives, acts as a way of socialization in the consumer society.

Conclusion: it is concluded that demonstrative consumption in education is manifested in the fact that education, functioning as a social institution, performs not only the functions of education of society, organization of the learning process, but also the functions of symbolic consumption: it is a tool to maintain the existing social hierarchy, a way to move through social strata, that is, it organizes and provides social mobility, an indicator of financial opportunities, personal preferences and ambitions.

Keywords: education; learning; consumption; socialization; social mobility; social role; social stratification

For citation: Chaplya, T. V., 2024. Consumption in the educational sphere as an indicator of socialization. Siberian Pedagogical Journal, no. 3, pp. 7–17. DOI: <https://doi.org/10.15293/1813-4718.2403.01>

Введение. Постановка проблемы.

В своем развитии человечество прошло длинный путь и выработало особые механизмы адаптации и сохранения себя в форме культуры, политики, экономики и т. д. Стратегии выживания предполагают существование механизмов, работающих на сохранение и консервацию всего, что способствует воспроизводству жизни – статическая часть жизни общества, а также механизмов, работающих на качественные изменения, увеличивающих разнообразие форм жизни, улучшающих условия существования, развития самого человека – динамическая часть, позволяющая каждому субъекту культуры вносить изменения в нее, не разрушая при этом всей системы.

Одним из таких механизмов выступает социализация – процесс включения новых субъектов в существующее общество, делающий возможными и конформными их среду обитания, взаимодействия с другими членами общества и создающий условия для саморазвития, идентификации и идентичности. На разных этапах истории сред-

ствами прохождения и эффективности социализации выступали ритуал, традиция, система воспитания, разные формы проведения досуга и потребление. Сегодня, в условиях существования массовой культуры, массового производства, потребление из средства выживания превратилось в смысл жизни и стало одним из средств социализации индивида. Изучение того, как в условиях всеобщего потребления/потребительства сам факт приобретения той или иной услуги, в частности образования, становится средством прохождения процесса социализации и формирования идентичности, является наиболее актуальным. Жизнь в обществе потребления оказывает воздействие на все аспекты жизни общества, образование не становится исключением. Процессы, связанные с выбором того или иного учебного учреждения, готовности субъекта вкладывать капитал в обучение, мотивы выбора программы образования, связи уровня образования и будущих доходов являются сегодня центральными для исследований в части социологии образования,

социальной педагогики и социологии.

Обзор научной литературы. В современной литературе сформировался ряд подходов к изучению того, что представляет собой социализация как процесс. Так, для социальной философии акцент ставится на вхождении человека в общество, через усвоение им родного языка, традиций, ценностей, видов деятельности. При этом социализация имеет два компонента: с одной стороны, она есть включение в уже существующий внешний мир, с его сложившимся укладом, а с другой – это обязательный перевод усвоенного извне во внутренние структуры личности (Е. П. Поликанова) [1].

Для социологии главным аспектом социализации является обретение субъектом социальных качеств: понимание своего места в мире и понимание себя как некой самости; обретения определенных поведенческих практик, связанных с конкретными жизненными обстоятельствами через усвоение системы социальных ролей (Г. Тард, Т. Парсонс, Ч. Кули, Дж. Мид, Э. Гидденс и др.).

Культурно-антропологическое направление (М. Д. Херсквиц) ставит акцент на социализации как процессе инкультурации, вхождении субъекта в культуру путем процесса воспитания. Главным здесь является момент научения индивида опыту и культуре, который способствует конформному вхождению в общество [2].

В рамках психологии, в частности теории бихевиоризма, под социализацией понимается «опыт, который человек приобрел в течение всей жизни» [3, с. 57]; основную роль в процессе социализации представители данного направления отводят окружению, наблюдая за которым субъект усваивает определенные правила поведения в тех или иных ситуациях (Б. Ф. Скиннер, А. Бандура, Т. Шибутани и др.).

В педагогических исследованиях также можно наблюдать, например в рамках субъект-субъектного подхода, восприятие социализации как процесса вхождения человека в общество и усвоения культуры,

что «происходит во взаимодействии человека со стихийными, относительно направляемыми и целенаправленно создаваемыми условиями жизни на всех возрастных этапах» [4, с. 11].

Тезаурусная концепция социализации связывает социализацию с понятием образа жизни и стилей жизни как ее динамического компонента (А. И. Ковалева) [5], она основана на связи между определенным историческим временем и присущими ему поведенческими практиками, типами мышления (синхронный срез) и устойчивыми формами жизни культуры и общества (диахронный срез).

Заслуживает внимания понимание особенностей процесса социализации, связанной с возникновением транзитивного общества, в котором в отличие от традиционного очень мало островков стабильности и субъекту довольно сложно усваивать нормы и правила в существующей социальной структуре, так как она сама приобретает черты «текучести». Теперь субъект вынужден организовывать не свое социальное пространство, а множество «связей с множеством других социальных пространств» [6, с. 29].

В научной среде накоплен определенный багаж по изучению разных видов социализации. К примеру, жилищная социализация, представляющая собой «процесс формирования социального опыта по удовлетворению потребности в жилище» [7, с. 42]; киберсоциализация, сформировавшаяся под влиянием и воздействием цифровых технологий (В. А. Плешаков); экономическая социализация и идентификация, которые подразумевают освоение экономического поведения и потребительских практик, связанных с приобретением, использованием товаров и услуг, умением управлять своими финансами и достигать гармонии между потребностями и возможностями их удовлетворения (Н. З. Губнелова, О. С. Посыпанова, А. В. Овруцкий и др.).

В зависимости от выбранного критерия принято выделять естественную, сословную, регламентированную и другие виды социализации (по условиям протекания социализации), с точки зрения содержательного компонента различают правовую, политическую, религиозную и др.; с позиций достигнутого результата – успешную, кризисную, реабилитационную и т. п. [3, с. 142].

Вопросы, связанные с мотивационной составляющей процесса получения образования, стали предметом эмпирических исследований в области социологии образования. Ряд исследований ставит акцент на отдаче от полученного образования в плане уровня заработка (Р. И. Капелюшников [8], К. Рожкова, С. Роцина, С. Солнцев, П. Травкин [9], Р. Khoo, В. Ost [10], Walker, Y. Zhu [11]), возможности продвижения или закрепления на социальной лестнице (Н. Е. Тихонова [12], Бессуднов А. Р., Куракин Д. Ю., Малик В. М. [13]). Вопросы взаимозависимости выбираемой траектории образования от мотиваций, ценностей, формируемых в семье, занимаются В. А. Мальцева, А. И. Шабалин [14]; проблемы зависимости между наличием высшего образования у родителей и избираемыми образовательными траекториями детей стали предметом социологического исследования Ю. Д. Керша [15]; трудностями обучения в системе высшего образования, возникающими у студентов, получающих высшее образование в семье впервые, с позиций успешности, эффективности, правильности и осознанности делаемого выбора занимается А. А. Лукина [16].

Цель. Целью данной статьи является анализ мотивов демонстративного потребления и условий и способов его реализации в системе образования как механизма социализации в обществе потребления.

Методологическую базу исследования составили: 1) концепция принятия роли Другого Дж. Мида; 2) концепция демонстративного потребления Т. Веблена

и М. Вебера как индикаторов сословной структуры общества и гаранта формирования мотивов и целей потребления; 3) социологический подход, позволяющий выстроить исследование на основе концепции сходства и различия П. Бурдьё.

Результаты исследования. Обсуждение. Обратимся вначале к определению социализации как процесса. Как правило, в нем выделяют два компонента: управляемый и стихийный (И. И. Зарецкая, А. В. Мудрик и др.). Первый связан с целенаправленным воздействием на субъекта, и его называют воспитанием. Он характеризуется дискретностью и протекает в семье, либо учреждениях образования, реализует цели государственной политики в области воспитания подрастающего поколения. Второй компонент отличается непрерывностью, он длится всю жизнь и не всегда возможно отследить его цели и направленность. В процессе социализации можно выделить противоречивый момент, на который указывают авторы многих исследований, посвященных социализации: «С одной стороны, индивид усваивает социальный опыт, входя в новую среду. С другой стороны, он обогащает среду, привнося за счет своей активности систему своих социальных связей» [17, с. 13]. Но активность субъекта – это не только действия, направленные во вне, на среду. Но это и деятельность, связанная с изменением себя, своего пространства, опыта, жизненных смыслов. «По своему содержанию социализацию личности можно представить как процесс организации внутриличностных структур, где не бытие организуется вокруг человека, а человек организует в себе бытие» [18, с. 37]. Доказательством того, что внутриличностная социализация состоялась, являются усвоенные субъектом нормы и правила поведения, система социальных ролей, система потребностей и способов их удовлетворения, мотивов и целевых установок, а индикатором – сложившийся образ жизни и его стилевые проявления.

Можно заметить, что социализация предполагает обязательное «вхождение» индивида в общество, усвоение навыков социальной жизни среди людей, как бы «нивелирование» того, что отличает субъекта от других. Именно среди себе подобных он учится быть как все, это становится залогом его успешного существования, удовлетворения потребностей, достижения целей, получения благ. В данном ключе он выявляет для себя: кто он и с кем он, с кем ему по пути; здесь формируются референтные группы, которые станут ориентиром при выбираемом способе поведения и реагирования на те или иные события. Социализация работает как охранный механизм, сохраняя культуру и ее смысловое ядро, связь между поколениями и т. п.

Параллельно с этим социализация позволяет индивиду осознать и свое отличие от других, проявить свою индивидуальность по отношению к себе, к другим, выработать значимые для себя смыслы жизни, способы переживания, создать свою систему ценностей и выстраивать жизненную траекторию в соответствии с собственной системой предпочтений и целей.

Социализация охватывает собой все способы жизни и существования человека и его групп и одним из механизмов ее прохождения является потребление. Именно через социализацию субъект получает представление о том, что он может хотеть, что он может получить, для чего ему это нужно и что потом с этим делать.

Первой ступенью потребления является осознание потребности, то есть нехватки чего-либо, что требует удовлетворения. Но потребление не является простым приобретением, за ним стоят более глубокие смыслы. Любой желаемый предмет или услуга представляют собой связь между реальным (материальным) социумом и товаром. Желаемый нами товар имеет под собой не только номинальную стоимость, но и символическую, он выражает собой

определенный функционал, связанный с вещью, и смысловое наполнение. Именно массовое производство способствовало тому, что процесс потребления перестал быть средством выживания, а стал смыслом жизни. Потребление приобрело статус ценности и цели. Так постепенно складывается стратегия демонстративного потребления, описанная впервые Т. Вебленом [21] и далее развитая в трудах М. Вебера [20], как порождение сословного характера общества, в котором предметы роскоши и праздный образ жизни служили индикатором принадлежности к высшему сословию. Со второй половины XX века данный процесс только усиливается, потому что заявления о построении общества всеобщего равенства в реальности не работают. Человек не может жить в однородном обществе, культура всегда создает иерархии, и если в ранние периоды их роль выполнял сословный строй, принадлежность к которому закреплялась по рождению, то сегодня – это уровень доходов и принадлежность к определенному классу, стиль жизни, уровень образования и т. п.: «товары нейтральны, а способы их использования социальны: они могут функционировать как заборы или как мосты» [20, с. 170].

Так как сегодня способом демонстрации того, кем я являюсь, становятся товары и услуги потребления, то это породило страсть к приобретению, и оно выполняет роль и причины, и следствия, сформировавшей социальной иерархии. Но эта иерархия не имеет прочности, она скорее ситуативна, и каждый субъект волен выбрать для себя того, с кем ему сегодня по пути, а приобретаемые товары и услуги играют роль индикатора для других. Согласно С. А. Щавель: «Потребление есть ценностное отношение человека к самому себе, другим людям, обществу и природе, формирующее энергетический принцип и мотивационную сферу личности» [22, с. 120], то есть потребление выступает в качестве

механизма воспроизводства социальной природы человека, индикатором принадлежности к определенному культурному коду, способом социализации.

Мотивы демонстративного потребления различаются в зависимости от целей, преследуемых субъектом: 1) желание показать свой социальный статус; 2) желание самутверждения и самовыражения; 3) желание избежать конфликта путем подтверждения своей принадлежности к данной группе.

Демонстративное потребление в большей степени отражает заложенный в человеке инстинкт соперничества и зависти, мы хотим только то, чем обладают другие. Данный тип потребления выражает статус и положение субъекта в обществе, реализует представления о престиже, работает на создание социальной репутации и визуализирует желаемое, указывая на то, к чему стоит стремиться. Включаясь в погоню за статусными товарами и услугами, индивид понимает, что они всегда становятся очевидными в общественном пространстве, а потому всегда адресованы другим, тем, кто считывает их не задумываясь, автоматически (О. Г. Ечевская [23]). Именно через предъявление себя миру, с помощью потребления субъект получает обратную связь с миром и обществом, по их реакции он корректирует, если требуется, свое поведение, ищет одобрения или получает порицание, что является содержанием процесса социализации.

В итоге на основе предпочтений в приобретении определенных товаров и услуг складывается «потребительское поведение, представляющее собой систему отношений в обществе, связанную определенными мотивациями, установками и нормами» [24, с. 71].

Потребление – это, по большей части, поведение, ориентированное на других, когда речь идет о демонстративном потреблении. В роли этих других могут выступать группы, имеющие разную степень значимости для потребляющего субъекта:

на первом плане находятся те, кто наиболее значим – семья, друзья, самое близкое окружение, далее идут те, кто важен в рамках текущей ситуации, и затем те, кто выступает в качестве желаемого окружения.

Одной из стратегий культуры по самосохранению выступало и выступает образование. Именно через него культура может балансировать на грани статики и динамики, позволяя обществу не терять своей устойчивости и при этом продолжая качественно меняться, двигаясь к новому с помощью инноваций.

С древних времен образование, грамотность были привилегиями высших слоев общества, служили одним из индикаторов ранжирования, проводя границы между разными стратами. По мере того, как начальное образование становилось доступным широким слоям населения, граница была проведена на уровне содержания программ обучения (количество предметов, глубина их изучения) и ступеней образования (школа, университет). Люди, владеющие грамотой, всегда пользовались уважением, так как изначально они владели сакральным знанием, дарованным богами. Не случайно революционные изменения в обществе коснулись и системы образования, сделав его всеобщим и в большинстве стран бесплатным, хотя бы на уровне школы.

С формированием общества потребления образование тоже было включено в структуру товаров и услуг и стало существовать в условиях непрерывного потребления, конкуренции и перепотребления. Впервые в нашей стране словосочетание «образовательная услуга» появилось в «Законе об образовании» в 1992 году, а в редакции закона от 2012 года образовательная услуга рассматривается как «предмет государственного регулирования в сфере образования» [25, с. 784]. Благодаря такому отношению к образованию можно наблюдать процесс утраты им базовой функции – саморазвития, оно

превращается в инструмент продвижения по социальной лестнице, построения профессиональной карьеры, что, несомненно, важно. Но главное, чего ему теперь недостает – основной роли в жизни человека, роли конструктора человеческой жизни, способа моделирования мира.

Как только система образования стала жить по законам потребления, а знание стало товаром (это касается и всех процессов, протекающих в обществе постмодерна: знание – основа развития производства), в него стало возможным инвестировать деньги и общество активно включилось в этот процесс. На уровне системы это нашло выражение в составлении всевозможных рейтингов разных типов учебных заведений, чтобы услуга продавалась – ее нужно рекламировать, а для этого нужны степени и ранги, причем не только высших учебных заведений, но и школ [15]. Со стороны потребителей начался процесс поиска возможности устроить детей или самому получить высшее образование в учреждениях, занимающих как можно более высокое положение в существующих рейтингах, даже если оно не очень качественное, но зато дорогое и престижное.

Постоянное стремление родителей определить ребенка в престижное учебное заведение является доказательством того, что система образования живет по законам рынка, основанного на конкуренции. Но это не означает, что оно приобретает только негативные черты, в идеале любая конкуренция порождает необходимость развития, поиска путей выбора наиболее востребованного знания, профессионального подхода к формированию определенных умений, навыков, компетенций. Не последнюю роль в этом процессе играет социально-экономическое положение семьи, под которым понимается не только уровень заработка родителей, но и наличие у них самих высшего образования, а также «престижность профессии родителей» [14, с. 14].

Если мотивация поиска качественного

образования способствует поступлению и получению диплома учебного заведения высокого ранга, она отражает внутреннее стремление субъекта к саморазвитию и обеспечению высокого уровня жизни, то есть носит осознанный и рациональный характер. В этом случае нужно говорить скорее не о демонстративном потреблении, которое основано на тезисе «казаться, а не быть», а о прагматическом, которое направлено на реализацию жизненно важных потребностей личности и о высокой степени социализации, причем о ее втором уровне – интернализации, которая затрагивает внутренние структуры личности.

Когда же получение диплома становится основной целью поступления в вуз, то в этом случае и можно рассматривать образование как потребительскую услугу: «происходит не только и не столько удовлетворение потребности в соответствующем образовании как таковом, сколько в демонстрации его как символа успешности и достигнутого статуса» [26, с. 36]. Сложившаяся ситуация отражает тенденции в целом, связанные с обществом потребления и развитием массового производства. Доступность огромного количества разнообразных товаров на рынке и возможность их приобретения практически всеми слоями населения, благодаря системе кредитов, рассрочек и т. п. – это реализация мечты о рае, в котором все есть, что нужно человеку для нормальной жизни и даже больше, и образование тоже включилось в этот процесс. В обществе потребления любой дорогой товар проходит путь сверху вниз, спускаясь к более широким слоям населения – таков закон рынка: от люксового к ширпотребу, и чтобы сохранять систему социальных различий, товары производятся постоянно и подаются как новые, улучшенные и т. п. Доступность для любого человека получить высшее образование, практически в любом вузе, если у него для этого есть способности и возможности – тоже показатель уровня жизни, успешно-

сти и материального благополучия, с одной стороны, и реализации демократических свобод и всеобщего права на образование, как результат самостоятельного выбора личности – с другой.

Принадлежность к элите всегда ассоциируется с наличием диплома о высшем образовании, при этом не всегда на первом месте оказываются именно знания, важно наличие документа об образовании, а это порождает и особое отношение к содержанию образования и процессу обучения в целом. В современном мире, с его постоянными изменениями и невозможностью зафиксироваться на чем-то стабильном, и отношение к обучению становится подобным. Очень трудно определить содержание учебных программ, если за пять лет обучения мир становится другим и знание оказывается неактуальным. И общество потребления пошло по пути не столько образования, которое предполагает широкий круг знаний не только по профессии, но и о мире в целом, сколько по пути обучения – погружения непосредственно в профессию, когда на выходе получается узкий специалист, который может отлично функционировать в рамках своей профессиональной области, но оставаться при этом необразованным человеком. Тем самым система образования стремится сегодня к тому, чтобы вооружить студента конкурентно способным знанием, которое в короткий срок позволит ему быстро заработать деньги, в образовании «вместо принципа развития реализуется принцип конкурентоспособности» [27, с. 66].

Реализация системой образования потребностей общества есть результат освоения данным общественным сегментом (образованием) законов общества потребления, в частности тенденции перехода на символическое потребление, когда важен не сам товар, а те смыслы, которые он несет и которые считывают окружающие. Для индивида обучение в престижном вузе или наличие диплома как такового «сигна-

лизирует окружающим о том, кто он такой, каковы его жизненные претензии, амбиции и экспектации» [28, с. 139]. Показателем подобного положения вещей становится так называемое пребывание в вузе: главное – поступить и продержаться, учась, не прилагая усилий. Также можно сюда отнести случаи, когда люди начинают активно посещать разного рода курсы и тренинги, так как их ведут медийные персоны или они учат модной профессии и т. п. Образование склоняется к тому, что приобретает характер «имиджевого блага» [29, с. 272]. Также на уровне потребления образования субъект реализует стремление к обладанию, по замечанию Э. Фромма [30]. Желание обладать реализуется в виде постоянного стремления потреблять все больше и больше, в системе образования это реализуется на уровне накопления различного вида дипломов, свидетельств о прохождении курсов, переобучении и т. п., но которые субъектом не реализуются в его жизни и деятельности. Это момент того, как приобретенный товар или услуга со временем перестают приносить удовольствие и требуется покупка чего-то нового и так до бесконечности.

Заключение. Таким образом, проведенный анализ показывает, что в современном мире образование приобрело черты товара или услуги и живет и развивается по законам потребительской культуры. Сам процесс потребления как смысл жизни выполняет роль способа социализации через усвоение индивидом набора определенных потребностей и способов их реализации, через освоение потребительских стратегий на всех этапах жизненного пути. Одной из форм потребления является демонстративное, которое играет значительную роль в сообществе. Демонстративное потребление в образовании выполняет в целом те же функции, что и в общественной жизни: разделяет людей по определенным стратам, служит социальным лифтом наверх, является индикатором финансо-

вых возможностей, личностных предпочтений и амбиций. Можно констатировать, что образование, функционирующее как социальный институт, выполняет функции не только образования общества, организации процесса обучения, но и символического

потребления: оно является индикатором и инструментом поддержания существующей социальной иерархии, инструментом перемещения по социальным слоям, то есть организует и обеспечивает социальную мобильность.

Список источников

1. Поликанова Е. П. Социализация личности // Философия и общество. – 2003. – № 2. – С. 84–108.
2. Савина А. К. Социализация как социально-психологическая категория в исследованиях ведущих зарубежных ученых // Ценности и смыслы. – 2017. – № 2 (48). – С. 114–130.
3. Концепции социализации и индивидуации в современной психологии: коллективная монография. – М.: Обнинск: ИГ-СОЦИН, 2010. – 284 с.
4. Мудрик А. В., Патутина Н. А. Детерминанты позитивных и негативных потенциалов составляющих процесса социализации // Сибирский педагогический журнал. – 2019. – № 3. – С. 7–20. DOI: <https://doi.org/10.15293/1813-4718.1903.04>
5. Ковалева А. И. Тезаурусная концепция социализации // Знание. Понимание. Умение. – 2015. – № 3. – С. 348–353.
6. Дубовская Е. М. Социализация личности в мультикультурном пространстве как один из аспектов проблемы «личность и общество» // Вестник РГГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование». – 2019. – № 4. – С. 24–32. DOI: <https://doi.org/10.28995/2073-6398-2019-4-24-32>.
7. Виньков С. В. Теоретические основания концепта «жилищная социализация» // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Гуманитарные и общественные науки. – 2014. – № 3 (203). – С. 36–45.
8. Капелюшников Р. И. Отдача от образования в России: ниже некуда? – М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2021. – 52 с.
9. Рыжкова К., Рощина С., Солнцев С., Травкин П. Дифференциация качества образования и заработная плата выпускников России // Вопросы образования. – 2023. – № 1. – С. 161–190. DOI: <https://doi.org/10.17323/1814-9545-2023-1-161-190>.
10. Khoo P., Ost B. The Effect of Graduating with Honors on Earnings // Labour Economics. – 2018. – Vol. 55, September. – P. 149–162. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.labeco.2018.05.012>.
11. Walker I., Zhu Y. University Selectivity and the Relative Returns to Higher Education: Evidence from the UK // Labour Economics. – 2018. – Vol. 53, August. – P. 230–249. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.labeco.2018.05.005>.
12. Тихонова Н. Е. Модель субъективной стратификации российского общества и ее динамика // Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии. – 2018 а. – № 1–2 (126). – С. 17–29.
13. Бессуднов А. Р., Куракин Д. Ю., Малик В. М. Как возник и что скрывает миф о всеобщем высшем образовании // Вопросы образования. – 2017. – № 3. – С. 83–109. DOI: <https://doi.org/10.17323/1814-2017-3-83-109>
14. Мальцева В. А., Шабалин А. И. Необходимый маневр, или Бум спроса на среднее профессиональное образование в России // Вопросы образования. – 2021. – № 2. – С. 10–42. DOI: <https://doi.org/10.17323/1814-9545-2021-2-10-42>.
15. Керша Ю. Д. С кем учиться, чтобы попасть в вуз: социально-экономическая композиция школы и неравенство доступа к высшему образованию // Вопросы образования. – 2021. – № 4. – С. 187–219. DOI: <https://doi.org/10.17323/1814-9545-2021-4-187-219>.
16. Лукина А. А. Образовательные траектории студентов первого поколения как кейс неравенства в высшем образовании // Вопросы образования. – 2023. – № 2. – С. 133–160. DOI: <https://doi.org/10.17323/1814-9545-2023-2-133-160>.
17. Зарецкая И. И. Управление процессом социализации личности – инновация в воспитании // Муниципальное образование: инновации и эксперимент. – 2008. – № 2. – С. 12–16.
18. Щеглов И. А. Социализация личности как теоретическая проблема // Теория и практика общественного развития. – 2014. – № 1. – С. 36–39.
19. Веблен Т. Б. Теория праздного класса. –

М.: Прогресс, 1984. – 367 с.

20. Вебер М. Основные понятия стратификации // Политология. – М.: Гардарики, 2000. – С. 256–273.

21. Свендсен Л. Философия моды. – М.: Прогресс – Традиция, 2007. – 256 с.

22. Шавель С. А. Синдром потребительства и стиль жизни // Социологический альманах. – 2019. – № 10. – С. 8–21.

23. Ечевская О. Г. Практики потребления и различия в контексте социально обусловленных оправданий бедности и богатства // Регион: экономика и социология. – 2010. – № 1. – С. 129–148.

24. Губнелова Н. З. Идентификация как социально-экономический механизм регуляции потребительского поведения в регионе // Крымский научный вестник. – 2015. – № 6. – С. 68–80.

25. Мамедов А. К., Коркия Э. Д., Малашенок С. Г. Новый взгляд на прежние маркеры

социальной стратификации: образование в обществе потребления // Вестник РУДН. Серия: Социология, ноябрь. – 2016. – Т. 16, № 4. – С. 777–788.

26. Нансо М. Д. Образование как потребительская услуга // Современное образование. – 2019. – № 1. – С. 33–40.

27. Ильин А. Н. Проявление культуры потребления в образовательной сфере // Ценности и смыслы. – 2014. – № 6 (34). – С. 65–73.

28. Николаева Е. М., Щелкунов М. Д. Идентификация личности в условиях консьюмеризации образования // Ученые записки Казанского государственного университета. Гуманитарные науки. – 2010. – Т. 152, Кн. 1. – С. 135–144.

29. Щелкунов М. Д. Образование в эпоху гламура // Вестник экономики, права и социологии. – 2011. – № 2. – С. 269–274.

30. Фромм Э. Иметь или быть? Ради любви к жизни. – М.: Айри-пресс, 2004. – 384 с.

References

1. Polikanova, E. P., 2003. Socialization of personality. Philosophy and Society, no. 2. pp. 84–108. (In Russ., abstract in Eng.)

2. Savina, A. K., 2017. Socialization as a socio-psychological category in the studies of leading foreign scientists. Values and meanings, no. 2 (48), pp. 114–130.

3. Concepts of socialization and individuation in modern psychology. Collective monograph, 2010. Moscow: Obninsk: IG-SOCIN, 284 p. (In Russ.)

4. Mudrik, A. V., Patutina, N. A., 2019. Determinants of positive and negative potencies of the components of the socialization process. Siberian Pedagogical Journal, no. 3, pp. 7–20. DOI: 10.15293/1813–4718.1903.04. (In Russ., abstract in Eng.)

5. Kovaleva, A. I., 2015. Thesaurus concept of socialization. Knowledge. Understanding. Mindfulness, no. 3, pp. 348–353. (In Russ., abstract in Eng.)

6. Dubovskaya, E. M., 2019. Socialization of personality in multicultural space as one of the aspects of the problem “personality and society”. RGSU Bulletin. Series “Psychology. Pedagogy. Education”, no. 4, pp. 24–32. DOI: <https://doi.org/10.28995/2073-6398-2019-4-24-32>. (In Russ., abstract in Eng.)

7. Vinkov, S. V., 2008. Theoretical bases of the concept “housing socialization”. Scientific and

Technical Vedomosti SPbSPU. Humanities and social sciences, no. 3 (203), pp. 36–45. (In Russ., abstract in Eng.)

8. Kapelyushnikov, R. I., 2021. Return on Education in Russia: lower than nowhere? Moscow: Publishing House of the Higher School of Economics, p. 52. (In Russ.)

9. Ryzhkova, K., Roshchina, S., Solntsev, S., Travkin, P., 2023. Differentiation of education quality and wages of Russian graduates. Education Issues, no. 1, pp. 161–190. DOI: <https://doi.org/10.17323/1814-9545-2023-1-161-190>. (In Russ., abstract in Eng.)

10. Khoo, P., Ost, B., 2018. The Effect of Graduating with Honors on Earnings. Labour Economics, vol. 55, September, pp. 149–162. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.labeco.2018.05.012> (In Eng.)

11. Walker, I., Zhu, Y., 2018. University Selectivity and the Relative Returns to Higher Education: Evidence from the UK. Labour Economics, vol. 53, August, pp. 230–249. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.labeco.2018.05.005> (In Eng.)

12. Tikhonova, N. E., 2018a. Model of subjective stratification of the Russian society and its dynamics. Bulletin of Public Opinion. Data. Analysis. Discussions, no. 1–2 (126), pp. 17–29. (In Russ., abstract in Eng.)

13. Bessudnov, A. R., Kurakin, D. Yu. Y., Malik, V. M., 2017. How the myth of universal higher education emerged and what it hides. Ed-

- ucation Issues, no. 3, pp. 83–109. DOI: <https://doi.org/10.17323/1814-2017-3-83-109> (In Russ., abstract in Eng.)
14. Maltseva, V. A., Shabalin, A. I., 2021. Non-bypass maneuver, or Boom of demand for secondary vocational education in Russia. Education Issues, no. 2, pp. 10–42. DOI: <https://doi.org/10.17323/1814-9545-2021-2-10-42/> (In Russ., abstract in Eng.)
15. Kersha, Y. D., 2021. Who to study with to get into higher education: socio-economic composition of school and inequality of access to higher education. Education Issues, no. 4, pp. 187–219. DOI: <https://doi.org/10.17323/1814-9545-2021-4-187-219>. (In Russ., abstract in Eng.)
16. Lukina, A. A., 2023. Educational trajectories of first-generation students as a case of inequality in higher education. Educational Issues, no. 2, pp. 133–160. DOI: <https://doi.org/10.17323/1814-9545-2023-2-133-160> (In Russ., abstract in Eng.)
17. Zaretskaya, I. I., 2008. Management of the process of personality socialization – innovation in education. Municipal education: innovation and experiment, no. 2, pp. 12–16. (In Russ., abstract in Eng.)
18. Shcheglov, I. A., 2014. Socialization of personality as a theoretical problem. Theory and practice of social development, no. 1, pp. 36–39. (In Russ., abstract in Eng.)
19. Veblen, T. B., 1984. Theory of the idle class. Moscow: Progress Publ., 367 p. (In Russ.)
20. Weber, M., 2000. Basic concepts of stratification. Politology. Moscow: Gardariki Publ., pp. 256–273. (In Russ.)
21. Svendsen, L., 2007. Philosophy of Fashion. Moscow: Progrss – Tradition, 256 p. (In Russ.)
22. Shchavel, S. A., 2019. Consumerism syndrome and lifestyle. Sociological Almanac, no. 10, pp. 8–21. (In Russ., abstract in Eng.)
23. Echevskaya, O. G., 2010. Consumption practices and differences in the context of socially conditioned justifications of poverty and wealth. Region: economics and sociology, no. 1, pp. 129–148. (In Russ., abstract in Eng.)
24. Gubnelova, N. Z., 2015. Identification as a socio-economic mechanism of regulation of consumer behavior in the region. Crimean Scientific Bulletin, no. 6, pp. 68–80. (In Russ., abstract in Eng.)
25. Mamedov, A. K., Korkia, E. D., Malashonok, S. G., 2016. A new look at the former markers of social stratification: education in the consumer society. RUDN Journal of Sociology, November, vol. 16, no. 4, pp. 777–788. (In Russ., abstract in Eng.)
26. Napso, M. D., 2019. Education as a consumer service. Modern Education, no. 1, pp. 33–40. (In Russ., abstract in Eng.)
27. Ilyin, A. N., 2014. Manifestation of consumer culture in the educational sphere. Values and meanings, no. 6 (34), pp. 65–73 (In Russ., abstract in Eng.)
28. Nikolaeva, E. M., Shchelkunov, M. D., 2010. Identification of personality in the conditions of education consumerization. Scientific Notes of Kazan State University. Humanities, vol. 152, no. 1, pp. 135–144. (In Russ., abstract in Eng.)
29. Shchelkunov, M. D., 2011. Education in the era of glamor. Vestnik of Economics, Law and Sociology, no. 2, pp. 269–274. (In Russ., abstract in Eng.)
30. Fromm, E., 2004. To have or to be? For the Love of Life. Moscow: Airy Press, 384 p. (In Russ.)

Информация об авторах

Чапля Т. В., доктор культурологии, профессор кафедры теории, истории культуры и музеологии, Новосибирский государственный педагогический университет, chap_70@mail.ru, ORCID <https://orcid.org/0000-0001-9712-7478>, Новосибирск, Россия

Information about the authors

Tatyana V. Chaplya, Dr. Sci. (Cultural), Prof. of the Department of Theory, Cultural History and Museology, Novosibirsk State Pedagogical University, chap_70@mail.ru, ORCID <https://orcid.org/0000-0001-9712-7478>, Novosibirsk, Russia

Поступила в редакцию 05.02.2024

Submitted 05.02.2024

Принята к публикации 15.04.2024

Accepted for publication 15.04.2024