

Развитие общества потребления как фактор трансформации романтических отношений молодежи

Смирнова Анастасия Сергеевна¹, Харламова Александра Павловна²

1 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра политологии и социологии политических процессов, Москва, Россия; 2 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра истории и теории социологии, Москва, Россия
E-mail: nastiasmirnova22@yandex.ru

Романтические отношения занимают одну из важнейших составляющих в жизни современного молодого человека. Они являются одним из способов выбора идеального брачного партнёра и создания семьи в перспективе. В связи с развитием общества потребления романтические отношения находятся в стадии трансформации.

Культ потребления, навязываемый современному российскому обществу в последние десятилетия, в связи с развитием капитализма, изменяет культурные ценности молодежи на нормы и ценности, продиктованные распространяющейся культурой общества потребления. Большое распространение занимает культ тела, мода на непродолжительность отношений, культ половой любви, индивидуализм. Традиционные ценности отходят на второй план, представления индивида об идеальной форме романтических отношений разрушает современная массовая культура. Кардинально меняются приоритеты, отражающие основную причину создания романтических отношений.

Романтические отношения направлены на удовлетворение сразу нескольких потребностей индивида. Они могут являться важной ступенью к следующему этапу развития отношений - к заключению брака. Именно поэтому в современном российском обществе, находящемся на пути изменения культурных ценностей и общественных норм, так остро стоит вопрос о трансформации романтических отношений под влиянием культа общества потребления.

В рамках исследуемой нами темы были рассмотрены и определены явления, связанные с влиянием развития культуры общества потребления на построение идеального образца романтических отношений у молодого поколения современной России.

Явления, связанные с темой данного исследования, фигурируют в работах многих социологов XX и XXI веков. Жан Бодрийяр, известный французский социолог XX века, создавший знаменитый труд «Общество потребления», характеризуя современное европейское общество, позволяет увидеть тенденции развития культуры общества потребления и в современной России. Социолог не только определяет основные составляющие общества потребления и основную цель современного человека, заражённого культом потребления, но и раскрывает влияние этой идеологии на все сферы жизнедеятельности общества и говорит о тех явлениях, которых это общество порождает. По мнению учёного, общество потребления есть общество самообмана, в котором невозможны ни подлинные ценности, ни истинные чувства, где даже изобилие является следствием тщательно маскируемого и защищаемого дефицита.[4]

Еще одним теоретическим материалом, положенным в основу изучения общества потребления, является теория видов потребления И.А. Арташиной, в которой выделяются следующие виды потребления: сакральное потребление, языческое потребление и вынужденное потребление.[1]

В работе английского социолога Энтони Гидденса «Трансформация интимности. Сексуальность, любовь и эротизм в современных обществах» прослеживаются связанные с

темой нашего исследования идеи. Основная идея Гидденса, положенная в основу данного труда состоит в следующем: в последние десятилетия близкие отношения претерпели глубинные и даже революционные изменения, превратившись из социального института в инструмент эмоциональной самореализации индивида.[5]

Формы современной любви широко осветил и Питирим Александрович Сорокин в труде «Современная любовь». [3]

Тему деструктивного влияния культуры общества потребления на современную любовь поднял немецкий социолог, философ, социальный психолог Эрих Фромм в своих трудах. [6]

Также, одним из основных теоретических материалов, на который стоит обратить внимание при исследовании данной темы, является трёхкомпонентная теория любви, разработанная американским психологом Робертом Стернбергом. [2]

Вследствие актуальности проблемы, рассматриваемой в теме нашего исследования, возникает необходимость её изучения и тесно связанных с нею процессов. Для этого необходимым является социологическое осмысление данной проблемы с опорой на достоверную эмпирическую базу.

Источники и литература

- 1) Арташина И.А. Поведение потребителей: Учебное пособие. - Н.Новгород: Нижегород. гос. архит.- строит. ун-т, 2003. - 104 с.
- 2) Сексология / Ред. Д.Н. Исаев. – Санкт-Петербург : Питер, 2001. – 512 с.
- 3) Сорокин П.А. Современная любовь // Сорокин П.А. Общедоступный учебник социологии: Статьи разных лет. – М.: Наука, 1994. – С. 256–266.
- 4) Бодрийяр Ж. Общество потребления. Республика. М.,2006
- 5) Гидденс Э. Трансформация интимности. - СПб.: Питер, 2004. - 208 с.
- 6) Фромм Э. Искусство любви: Исследование природы любви. Минск, 1990

Слова благодарности

Выражаем благодарность преподавателю МГУ им. М.В. Ломоносова по дисциплине ММ-СИ доц. к.ф.н. Масленникову Евгению Вячеславовичу за помощь в работе над нашим исследованием.