



РЕФЕРАТЫ-ПРОСПЕКТЫ МАГИСТЕРСКИХ ДИССЕРТАЦИЙ

УДК 316.334.2

ББК 60.561.26

ТРАНСФОРМАЦИЯ СВАДЕБНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ В РОССИИ

Беркунцова Светлана Александровна

Магистрант кафедры социологии,
Волгоградский государственный университет
svetlanablik@mail.ru
просп. Университетский, 100, 400062 г. Волгоград, Российская Федерация

Ключевые слова: свадебное потребление, потребительское поведение, свадьба, свадебные услуги, свадебная индустрия, свадебный рынок, свадебный ритуал, свадебные традиции.

Актуальность исследования. Актуальность темы магистерской диссертации заключается в том, что проведение свадьбы как социальной практики трансформировалось в современных социально-экономических условиях. Свадьба – это древнейшая традиция, выраженная в праздновании заключения брака между мужчиной и женщиной. Образование семьи издавна сопровождается пышным празднованием, весельем и гуляньями. Празднование носит символический характер, поскольку наряду с субъективной оценкой социальной реальности происходит объективное и общественно-значимое явление – воспроизводство социальной структуры общества. В настоящее время проведение свадьбы не ассоциируется только с традициями обязательного празднования. Сейчас свадьба выступает таким социальным актом, который символизирует духовную состоятельность партнеров, готовность нести ответственность, осознанный выбор спутника жизни, а также финансовую состоятельность пары и их способность самостоятельно оплатить такое дорогостоящее мероприятие, как свадьба.

Развитие сервиса свадебных услуг идет в ускоренном темпе, и едва ли не ежедневно на рынке появляются новшества, способные разнообразить проведение свадьбы, сделать

ее более яркой и запоминающейся, а также ставящие невесту и жениха в сложную ситуацию выбора, когда они подвержены соблазнам привлекательных предложений. Существующий спектр услуг разнообразен. Банкет в ресторане, ведущий на свадьбе, тамада, диджей, постановочные шоу (например, огненные шоу, светомузыкальные представления и пр.), свадебный профессиональный декор ресторана (украшение банкетного зала, территории ресторана, лестниц, квартиры невесты на выкуп воздушными шариками, легкими тканями и цветочными композициями и пр.), прокат лимузина, аренда кареты с лошадьми (например, для Екатерининской свадьбы), изготовление свадебного торта, парных свадебных монеток, которые сохраняются на долгую супружескую жизнь, и многое другое составляет ассортимент. Все это склоняет молодую пару к совершению потребительского выбора, определению своих потребительских предпочтений, часть из них формирует фиктивные потребности.

Научная значимость темы магистерской диссертации состоит в том, что культурные нормы претерпели трансформацию и теперь диктуют новые стандарты поведения. Происходит формирование новых традиций, регламентирующих и легитимирующих потре-

бительское поведение свадебных услуг молодыми людьми, и именно эти родившиеся модели потребительского поведения необходимо изучить.

Научная проблема.

1) Развитие теоретических взглядов и эмпирической информации о потреблении как предметной области экономической социологии на примере свадебных услуг.

2) Потребление свадебных услуг как маркер экономического и социального развития общества.

Цель и задачи исследования. Изучение теоретических и практических аспектов эволюции свадебного потребления в современной России.

Для достижения поставленной цели поставлены следующие задачи:

- теоретизировать понятие свадьбы и свадебные услуги;
- рассмотреть свадебное потребление и потребительское поведение в работах отечественных и зарубежных авторов;

– проследить трансформацию свадебного потребления;

– провести авторское исследование, направленное на изучение потребления свадебных услуг в городе Волгограде.

Область исследования. Экономическая социология.

Объект исследования. Трансформация практик потребления свадебных услуг.

Методологическую основу исследования составляют несколько подходов, которые включают в себя следующие концепции:

- общества потребления (Ж. Бодрийяр, З. Бауман, А.Н. Ильин и др.);
- дискурс повседневности (И.Т. Касавин, С.П. Щавелев, С.В. Григорьев, феноменологическая школа в социологии);
- экономическая теория брачных рынков (Г. Беккер);
- массовое и потребительское поведение (Э. Фромм, Г. Маркузе);
- теория «праздного класса» и демонстративного поведения (Т. Веблен).

TRANSFORMATION OF WEDDING CONSUMPTION IN RUSSIA

Berkuntsova Svetlana Aleksandrovna

Master Student, Department of Sociology,

Volgograd State University

svetlanablik@mail.ru

Prosp. Universitetsky, 100, 400062 Volgograd, Russian Federation

Key words: wedding consumption, consumer behavior, wedding, wedding services, wedding industry, bridal market, wedding ceremony, wedding traditions.