

Стил на живот на постмодерното общество

Мая Келиян

В статията подробно е анализирана еволюцията в концепциите за стила на живот и в изследователските подходи към него. Той се определя като социално-групово закрепеният синтез, единството от специфични, типични и разграничими за отделните субекти модели на потребление, свободно време, както и на редица отличителни дейности извън платения труд, извършвани по необходимост, както и оценките, нагласите и удовлетвореността от последните. Той има структуроопределящо значение за отделните социални субекти и е сред значимите, ключови показатели за социално-груповия статус в постмодерното общество.

Стилът на живот придобива описаните по-горе характеристики на определен етап от общественно-историческото развитие - в постмодерното общество. В статията са анализирани основни концепции за постмодерното и постмодернизма. Достига се до извода, че постмодерното общество по своята същност е качествено различно от модерното общество и изразява промяна не само в ценностите и в културните практики, но и в механизмите на социалното структуриране. То се основава на нов тип социално структуриране, в което стилът на живот е със значима и определяща роля, средните слоеве са със знаков характер за неговите особености и развитие, а локалните общности имат все по-значимо присъствие и важна роля в цялостния обществен живот. Процесът на съществени социалноикономически, структурни, културни, ценностни, политически и т.н. промени, посредством които обществото преминава към постмодерния си стадий се означава с понятието "постмодернизация".

Ключови думи: *стил на живот, постмодерно общество, постмодернизация*

Стилът на живот е ключов феномен и концепция за разбиране същността на постмодерното общество, както и на значимите трансформации, които настъпват при преминаването от модерното към постмодерното. **Целта** на текста е да се изследва еволюцията на понятието „стил на живот” в социологическата традиция, промените в самия социален феномен, който то отразява, съотношението му с близкото до него

понятие начин на живот, както и особеностите на постмодерното общество, неговите отличителни характеристики.

1. ПОНЯТИЕТО “СТИЛ НА ЖИВОТ” В СОЦИОЛОГИЧЕСКАТА ТРАДИЦИЯ

От началото на 60-те на XX в., когато развитите общества навлизат в своя постмодерен стадий, понятието “стил на живот” все повече се използва не само от социолозите, но и все по-осезаемо присъства както в публичното пространство, така и в речника на медиите и във всекидневното общуване. Според сполучливия израз на Майк Федърстоун то “е на мода” (1991: 83). Но широкото му използване не само, че не води до неговото изясняване и уточнение, а дори в началото на 80-те години на XX в. се достига до ситуация, в която то едва ли не “включва всичко и не означава нищо” (Sobel, 1981: 1).

Стилът на живот провокира интереса още на **класиците на социологията**, въпреки че те по-скоро го споменават, отколкото да го поставят в центъра на изследванията си. Без да се концентрира върху стила на живот сам по себе си, Маркс дискутира “стоковия фетишизъм” и “буржоазния упадък”. В марксистката традиция стилът на живот зависи преди всичко от обективната позиция на индивидите в производствения процес. Той е резултат и следствие от нея, защото тя определя в крайна сметка ценностите, нагласите и цялостния жизнен опит. Стилът на живот е натоварен с телеологичен смисъл дотолкова, доколкото целта на комунистическата революция е общество, в което индивидите развиват способностите си освободени от капиталистическата принуда, като при комунизма се заличава разликата между труда и свободното време.

Вебер въвежда стила на живот във връзка с изследването на понятията класа, статус и власт (Weber, 1978/1922: 180-196). Класовата ситуация структурира стила на живот дотолкова, доколкото “създава специфичните жизнени шансове” (Weber, 1978/1922: 180-196). Но класовата позиция е само предварителното условие за стила на живот, сама по себе си тя не гарантира принадлежност към статусна група с определен статусен престиж и стил на живот. Тъй като престижът произтича от груповата принадлежност и тъй като статусните групи изискват членовете им да споделят специфичен стил на живот, чрез стила на живот се проявяват, манифестират, изявяват груповата принадлежност и статусът. Вебер обобщава, че при свръх опростяване на нещата може да се каже, че “’класите’ са стратифицирани според отношението си към производството и придобиването на стоки; докато ‘статусните групи’ са стратифицирани според принципите на тяхното потребление на стоки, които са

представени от специфичните ‘стилове на живот’ (ibid.)”. За него стилът на живот представлява интерес най-вече като изразно средство, чрез което статусът се разграничава от класата. Това уточнение е съществено, защото именно *социалните слоеве (а не класите) са статусни групи* в смисъла на Вебер. Те се конституират от статусите на носителите им, а стилът на живот е с определяща роля за разграничаването по между им.

Въз основа на написаното от Вебер може да се достигне до следните важни по отношение на изследваното понятие обобщения:

- Първо, класовата позиция не задава автоматично стила на живот, т.е. той не е нейно следствие.
- Второ, стилът на живот обединява принадлежащите към една и съща статусна група, именно защото те споделят специфичен за нея стил на живот;
- Трето, той разграничава значимо статусните групи едни от други.
- Четвърто, поради всичко изброено дотук може да се заключи, че: стилът на живот е със системообразуваща функция и роля по отношение на социално-груповия статус; той е индикатор за груповата принадлежност и статуса.

Веблен смята, че в модерните общества богатството е основен белег за успех и отгук за престиж, но притежаването му само по себе си не води автоматично до тяхното признание, ако не е придружено с някакво видимо негово проявление. Стилът на живот в случая *трансформира богатството в социално-наблюдаем символ*. Демонстрацията на “псевдо-научни и псевдо-артистични постижения и познания за процеси и случаи, които не са пряко свързани с напредъка на човешкото съществуване” (Veblen, 1899/1994: 40) е с цел постигане на престиж. Тъй като последният произтича от признаването на определени достойнства, богатите са склонни да превръщат парите си във видими за обикновения наблюдател знаци. Тези символи съответстват на иерархията на техните ценности и вкусове. Вебер и Веблен се различават в схващанията си за структурния източник на престижа, но и двамата разглеждат стила на живот като негова наблюдаема и видима проява. Според тях именно стилът на живот *е със системообразуваща роля*, защото определя принадлежността към една или друга статусна група; той също така разграничава значимо социално-груповите формирания едни от други.

Символният подход, чиито представители се интересуват предимно от измерването на социалноикономическия статус (Chapin, 1935; Sewell, 1940; Barber,

1957) също използват стила на живот като *индикатор за заеманото място в стратификационната система* на обществото. Други изследователски подходи, които са в полето на урбанистичната социология, етносоциологията, социалната психология, джендър изследванията и други, акцентират върху *диверсификацията в стиловете на живот*, породена от принадлежността към отделни субкултури, от различията между града и селото, градския център и предградията, етносите, расите, пола, възрастовите особености и т.н. В по-широк смисъл терминът “стил на живот”, според цитираната група автори, включва “редицата от ясно разграничени поведенчески модели, включително институционални модели като семейните стилове, ценностните ориентации към света като цяло и моделите на интер-персонално и интер-групово поведение” (Tumin, 1970: 179).

Тези схващания, според собствените ми възгледи показват, че става дума за *показател, отличаващ отделните социално-структурни образувания*, които са *разграничени въз основа на отличителния им и различен от този на останалите стил на живот* (Келиян, 2010:18). Други автори *продължават посочената изследователска линия по-нататък* - изследваното понятие се възприема не само като показател за заеманата позиция в структурата на обществото, но и като същината на социалната класа. Според тях “конструкцията на социалната класа в действителност е само под-поредица от индикатори на стила на живот” (Myers and Gutman, 1974: 236).

Признаци като *пол, възраст, семейно положение, присъствие на деца в семейството, тяхната възраст и брой, наличието на стари хора в домакинството, расовата, етническата и религиозната принадлежност, здравословното състояние* (собственото и това на членовете на домакинството) и други подобни, които са в основата на хоризонталните социални неравенства, оказват своето определящо влияние върху стила на живот, обуславяйки базовите различия между принадлежащите към един и същ социален слой. Жените в съвременните общества са “сред авангарда на нововъведенията в стила на живот”, което определя и възможността да се наблюдават характерни “джендър различия в стила на живот на един и същ социален слой” (Chaney, 1996: 21-22). През последните години, поради все по-нарастващото застаряване на населението, особено актуален е въпросът за стила на живот на *пенсионерите и старите хора*. В развитите общества те са социална категория, ориентирана към изява в свободното време; те са граждански активни и участват в доброволчески дейности в локалните общности; следват нормите на здравословния живот. У нас, за жалост, икономическите трудности налагат своя отпечатък върху

техния стил на живот, като обричат голяма част от пенсионерите на маргинализация, лишения и бедност.

Стилът на живот е непосредствено свързан с идентичността и характеризира класата, статусната група или субкултурата (Zablocki and Kanter, 1976: 271). Груповата и общностната идентичност се формират и посредством практиките, свързани със стила на живот (Crompton, 1992: 128). В този смисъл стилът на живот има и “идентификационна стойност” (Warde, 1992: 25-26), защото по специфичен начин свързва хората със значимите им “други” и поддържа социалните връзки между тях. Споделеният в рамките на локалната общност стил на живот засилва връзките между членовете ѝ, акцентира върху значимостта на принадлежността им към тях и играе ролята на фактор, сплотяващ и дори “спояващ” общностната идентичност. Той е значим показател за начините, по които се формират социалните връзки и по които се проявява солидарността в групата и общността (Longhurst and Savage, 1992: 228, 295). Тази му важна роля е сред обстоятелствата, които превръщат понятието “стил на живот” не само в едно от най-използваните, но и в значим теоретически инструмент за изследване на социално-груповия статус в съвременните теории за социалната стратификация.

Още в края на 60-те години на XX в. се утвърждава разбирането, че концепцията за стила на живот позволява да се обясни новопоявилата се по онова време нова социална значимост на потреблението – да бъде един от съществените индикатори на социално-груповия статус (Lazer, 1963; Levy, 1963; Moore, 1963; Plummer, 1971). Изкристализирането на идеята за тази нова социална роля на потреблението би била теоретически невъзможна без стила на живот, защото последният позволява да се изясни как се създават социалните връзки между хората в социално-груповите формирования, които ги позиционират като принадлежащи към един или друг социален статус (McCracken, 2001/1988: 124-125). Става дума за характерна и важна роля както на феномена “стил на живот”, така и на концепцията за него, които обясняват механизмите, обединяващи хората и групите и причисляващи ги към дадени статуси. Маккракън сравнява въпросната значимост на стила на живот с тази на формулираните от него “Дидро ефект” (Diderot effect) и “Дидро единица” (Diderot unity). В своето есе “Жалби по раздялата със старата ми роба” френският философ изследва трансформациите, предизвикани в живота му от подарена му от близък приятел елегантна копринена домашна роба. Сменяйки старата си дреха с новата придобивка, той се озовава в ситуация, в която постепенно подменя една по една вещите си, за да са

в съответствие и в едно цяло с изискващия и налагащ този “тих” диктат модерен халат. Така старото бюро и дори цялата мебелировка се заменят с нови; нова и различна е и атмосферата на работния кабинет, който в крайна сметка се превръща в елегантен и подреден, но лишен от атмосферата и духа на предишната скромна стая (Diderot, 1964: 311). Описаният феномен се приема като олицетворение на механизмите (т.е. на ефекта), които създават и поддържат системната цялостност (единицата) в моделите на потребление и обясняват системообразуващата функция на стила на живот и като социален феномен, и като концепция (McCracken, 2001/1988: 120-121).

Някои автори определят твърде общо стила на живот като “съвкупност от нагласи, ценности, начини на поведение, вкусове за всичко, от музиката, изкуството и телевизията до градинарството и обзавеждането на дома” (Abercrombie et al., 1984: 344). Подобно разбиране е доста общо, аморфно и нецентрирано, поради което не позволява да се отграничи *differentia specifica* на изследването понятие.

Изхождайки от своята теория за различните видове капитал, Бурдийо, следвайки класовата си схема, определя специфичния за различните класи стил на живот. Културното потребление е “предопределено да изпълнява социалната функция да легитимира социалните различия” (1984: 7). Най-силните и непреодолими бариери между класите са поставени от неприемането и дори ненавистта към тези, които се различават от собствения ни стил на живот (Bourdieu, 1995/1993: 104). Доминиращата класа, в която той включва професори и висши държавни служители, е с по-значителен културен, отколкото икономически капитал и за стила ѝ на живот е характерен “аскетичният аристократизъм”. Представителите на свободните професии и индустриалците се славят със своя “вкус към лукса”, а “дребната буржоазия” е със стил на живот на “самоограничаване-претенциозност” (ibid.: 2-7). Т.нар. от него широки слоеве следват “масови модели на поведение” и съответно на потребление, при тях се налага “избор на най-нужното”, т.е. функционалното и наложеното от икономическата и социалната необходимост, приспособяване към нейния диктат.

Федърстоун уточнява, че ако стилът на живот се разбира като свързан най-вече с **доходите**, то тогава би било невъзможно да се достигне до цялостно обяснение на механизмите на неговото формиране. Вкусът не може да се обясни само с доходите, защото културният капитал има “своя собствена ценностна структура... логика и валута, както и свой собствен обменен курс на конвертиране в икономически капитал” (Featherstone, 1987: 62). За стила на живот е от значение не само съотношението между икономическия, културния и символния капитал, но и обществено установеният и

санкциониран техен “курс на взаимен обмен”. Отношенията между отделните социални класи до голяма степен зависят от “конвертируемостта” на техните различни видове капитал. Други автори уточняват, че стилът на живот “изисква ресурси и воля за иновации, като се използват доходите, с които разполага субектът... като възможностите за творчески нововъведения не са еднозначно определени от икономическите ресурси” (Chaney, 1996: 97).

От гледна точка на изследвания **субект** стилът на живот може да се отнася до индивида, групата, социалната категория, общността, институцията, обществото, дори и до дадена култура. **Стилът**, като “система от съгласувани начини или модели за извършване на определени неща” (Kroeber, 1963: 66) е в основата на характеристиките, разграничаващи отделните цивилизации и култури, които от своя страна, са изразители на специфични стилове. Дейностите, които се включват в стила на живот са **значими** в дадения социален, исторически, културен и пр.е. контекст.

В някои случаи стилът на живот се определя като “начин на живот”, с уточнението, че въпреки голямата близост между двете понятия, те **не са синоними**. Стилът на живот е определян като “характерен, отличаващ се, поради което разпознаваем и ясно разграничим начин на живот” (Sobel, 1981: 28). При стила на живот на преден план излизат **активността на субекта** и **изборът**, които той прави сред разнообразните възможности, с които разполага. Според собственото ми становище, именно поради това, че социално-груповите образувания са активни в стила на живот, че го избират, той е и съществен индикатор за техния статус. В съвременните общества той е резултат от тяхната дейност, като по този начин те се разграничават от едни и се сближават с други социално-структурни формирания. Съществува и друга съществена разлика между двете понятия. **Начинът на живот**, за разлика от стила на живот, е **определян** от професията, заетостта, мястото в системата на обществения труд или казано накратко, от **заемания социално-групов статус** на индивидите и групите, той е **следствие** от последния. Поради това, за разлика от начина на живот, стилът на живот се нарича още “избран”, “моделиран”, “структуриран” начин на живот (Chaney, 1996: 99), който от своя страна, обуславя статуса.

Според някои автори важно значение при стила на живот има “свободният избор” (ibid.), докато други социолози поставят под въпрос това становище (Bell and Hollows, 2005: 2). Последните, без да отричат ролята на “свободния избор” считат, че важно значение за стила на живот имат и “силите, механизмите и институционалният ред” (Warde and Martens, 1998: 129), които от своя страна, по един или друг начин го

насочват и предопределят. Но независимо дали става дума за “свободен избор” или за структурите, механизмите и институциите, които го ограничават и го превръщат в “не толкова свободен”, стилът на живот е недвусмислено свързан с този избор и с неговите параметри. Важно е и да се отчете очевидната и съществена разлика между избор и активност на субекта. Последният може да бъде активен и в случаи, когато извършва неизбежни и необходими дейности за него или за членовете на групи, към които принадлежи, именно поради начините и формите, по които планира, организира, реализира, позиционира, йерархизира, оценява и т.н. тези дейности.

Понятието “стил на живот” не включва само избраните от субекта дейности. Той е свързан и с поведение, действия, начини на мислене, които въпреки че са проява на активността на субекта, могат и да не бъдат предмет на избор, а да се извършват по необходимост. Такива са, например, дейностите по поддържането и възпроизводството на човешкия живот (сън, хранене, грижи на външния вид и хигиена, обличане, отдих и други), домашният труд (пазаруване, готвене, чистене, поддържане на дома, грижи за членовете на семейството и домакинството) и т.под. Особеното е, че социално-груповите субекти избират как и кога да извършват тези дейности, те ги планират, организират, позиционират, йерархизират, преживяват, оценяват и т.н. по отличителни и характерни за тях начини, т.е. така, както и когато те самите са решили и предпочели. Казано с други думи, осъществяването на въпросните дейности и практики не е въпрос на избор, те са наложени и необходими от различни обстоятелства и причини, но активността на субекта се проявява в това как и кога ги извършва, как ги йерархизира, как ги оценява и преживява. Определящи при стила на живот са активността, инициативността, предприемчивостта, които налагат своя отличителен и характерен отпечатък дори когато става дума за дейности, при които не могат да се пренебрегнат неизбежни обстоятелства или да се противодейства на “институционалния ред”. В случая някои социално-групови субекти “избират” да са активни, докато други “следват” течението на нещата около тях и се оставят да бъдат по един или друг начин зависими от последните. С други думи дейностите, отнесени към стила на живот не са само “избрани”, но субектите са тези, които решават дали, как, кога и т.н. да ги извършват и посредством тази си активност се отличават от останалите. Принадлежащите към един и същи слой и статусна група осъществяват неизбежните и необходими дейности тъкмо по определен за всички тях общ, сходен по своя тип начин. Основание за включването им в структурата на стила на живот е и обстоятелството, че последните са с различаващ се характер, дял и обем при отделните социални групи,

категории, слоеве и са показател за съществуващото между тях разслояване. Съотношението между избраните дейности и породените от необходимостта, както и характера и обема на последните е свързано не само с “вертикалните” неравенства по икономическо положение, властови ресурси, образование, и т.н. То зависи в не по-малка степен и от факторите, пораждащи “хоризонталните” неравенства, за които стана дума малко по-горе. В този смисъл особеностите, величината, видът, честотата и начинът, по който се реализират “неизбежните дейности”, както и свързаните с тях нагласи, ценности и удовлетвореност, характеризират социално-груповия статус.

В постмодерното общество, според Федърстоун, “новите герои на потребителската култура превръщат стила на живот в жизнен проект и изразяват своята индивидуалност и разбиране за стил в спецификата на съвкупността от стоки, дрехи, практики, опити, външен вид, които създават като свой стил на живот” (1991: 86). По-голямата икономическа свобода и по-високият стандарт в този тип общества, при равни други условия, създават и по-големи възможности за свободен избор и активност в стила на живот на различните социални групи и слоеве. Последните извършват своя “различаващ се от останалите избор сред равни с другите възможности”, но по свой специфичен и характерен начин (Zablocki and Kanter, 1976).

Считам, че към стила на живот се отнасят: съвкупността от типични и отличителни особености и характеристики на дейности извън платения труд, които дейности могат да бъдат както свободно избрани, така и извършвани по необходимост, но по индивидуално или групово-специфичен начин, както и свързаните с всички тях субективни оценки, нагласи и удовлетвореност. Стилът на живот, макар и на пръв поглед продукт на индивидуалния избор, надхвърля индивидуалната отличителност; индивидите могат чрез него да изразяват себе си и предпочитанията си, но той е със социално-групов характер и е форма на колективна идентичност (Chaney, 1996: 11, 31; Maffesoli, 1996). Стилът на живот създава социални връзки между хората и значимо разграничава, отличава едни социално-групови формирания групи от други (Featherstone, 1991: 13).

В България до 1989 г. се изучава начинът на живот, а не стилът на живот. Редица български социолози от края на 60-те години на XX в. насам следват традицията начинът на живот и дейностите през свободното време да се изследват в тяхната връзка и взаимозависимост с труда и работното време¹. Могат да се посочат редица публикации на Живко Ошавков, Величко Добриянов, Минчо Драганов, Любен Николов, Чавдар Кюранов, Захари Стайков Николай Ирибаджаков и други български

социолози през целия период на 60-те, 70-те и 80-те години на XX в. Не е случайно обстоятелството, че по време на социализма у нас се изследва начинът, а не стилът на живот. Както ще се изясни по-подробно в следващия параграф на тази глава, стилът на живот е типичен и характерен феномен за постмодерното общество, защото последното създава условия и предпоставки за индивидуален и групов избор, както и за проява на характерните му, невъзможни преди това особености.

През последните години потребителското поведение и култура се възприемат като важна страна на стила на живот. Интерес предизвикват и особеностите на “социалистическата консуматорска култура”, които позволяват да се анализира социалистическото общество през призмата на потреблението (Минева, 2003; Горанов, 2009). Изследват се и промените в съвременната потребителска култура у нас, като въз основа на тенденциите, феномените, вкусовете, нагласите и ценностите са описани 40 микротренда, организирани около индивидуалния избор (Минева, 2008). Докато цитираните по-горе автори концептуализират социализма и днешното българско общество посредством спецификите на потребителските им култури и практики, други социолози продължават по-нататък в тази насока на анализа и достигат до цялостно изследване на “социологията на консумизма” (Банков, 2009). От позициите на структурализма се изследва и понятието “стил на живот”, неговият произход и развитие, проявленията му в “някои държави”, като се разграничават и основни “психологически типове и техният стил на живот” (пак там: 153-176).

През последните години у нас се засилва изследователският интерес към концепцията за качеството на живота (Тилкиджиев, 2006, 2008), която е важна не само за по-цялостно изучаване на прехода от модерно към постмодерно общество, но и за изясняване и систематизиране на промените, протичащи в стила на живот на различни съвременни общества. Концепцията за качеството на живота позволява да се разбере доколко постматериалистическите ценности са се утвърдили в стила на живот на отделните социално-групови формирания. Същевременно, като общ изразител на благосъстоянието на хората в обществото, то показва доколко добър, пълноценен и цялостен е техният стил на живот (като включен в качеството на живота елемент) в сравнение с този на други индивиди, групи, общности, общества.

2. ДЕФИНИЦИЯ НА СТИЛА НА ЖИВОТ

Изследването понятие е важен методологически инструмент в наложилите се от 70-те години на XX в. насам тенденции в стратификационния подход към социума (Zablocki and Kanter, 1976; Bourdieu, 1984; Featherstone, 1987; McCracken, 2001/1988; Crompton, 1992; Warde, 1992; Longhurst and Savage, 1992; Chaney, 1996), като значението му нараства от края на 90-те години на XX в. и през първото десетилетие на XXI в. (Bell and Hollows, 2005; Clarke, 2003). Приемам за основа на своите разсъждения неовеберианската традиция в областта на теориите за класите и социалната стратификация, разработвана от някои британски и български социолози (Goldthorpe, 1982; Savage et al. 1992; Burrows and Marsh, 1992; Crompton, 1992, 1996; Butler and Savage, 1995, Longhurst and Savage, 1996; Тилкеджиев, 2002).

В резултат на направения дотук анализ и изхождайки от стратификационния подход, определям изучаваното понятие по следния начин:

Стильт на живот е социално-групово закрепеният синтез, единството от специфични, типични и разграничени за отделните субекти модели на потребление, модели на свободно време и на други отличителни дейности извън платения труд, извършвани по необходимост, както и оценките, нагласите и удовлетвореността от последните. Стилът на живот (също както и моделите на потребление и моделите на свободно времеⁱⁱ) има структуроопределящо значение за отделните социални субекти и е сред значимите, ключови показатели за социално-груповия статус в постмодерното общество.

Понятието, което се използва е “стил на живот”, а не “лайфстайл” или “стилове на живот”, което не е случайно, нито пък става дума за произволен избор. Причината е в следваната от мен методологическа ориентация и в изключително важното обстоятелство, че стильт на живот се определя като значим индикатор на заемания социално-групов статус. Поради това става дума за **стил на живот** (в единствено число) на различни социално-групови субекти, а **не за стилове на живот** (по същия начин можем да изследваме различни класи или общества, но понятието е съответно “класа” или “общество”). “Лайфстайл”, като буквална заемка от английското lifestyle може да се използва в някои случаи като синоним, с цел придаване на определени акценти, на даден художествен колорит, но то носи друг смисъл, има различна натовареност и не е в състояние равностойно да замени социологическото понятие, което се изследва в текста.

3. ПОСТМОДЕРНИТЕ ПРОМЕНИ В СТИЛА НА ЖИВОТ

Стилът на живот придобива описаните по-горе характеристики *на определен етап от общественно-историческото развитие* – той се превръща в “нова и отличителна форма на социално групиране” в постмодерното общество, като е неотделима част от неговия социален ред (Chaney, 1996: 14). Стилът на живот винаги е споделян от група от хора, той е средство за тяхната интеграция, породено именно от постмодерното общество, типично и характерно за последното (ibid.: 11).

Едва в постмодерното общество може да се говори за стил на живот, защото значително нарастват възможностите за избор; в новите условия “начинът на живот се превръща в стил на живот” (Zablocki and Kanter, 1976: 280; Chaney, 1996: 92-93) и именно като такъв той е съществен показател за заеманата позиция в стратификационната система на обществото. При прехода от модерно към постмодерно общество се преминава и в друга историческа епоха. В нея *господстват друг тип зависимости*, сред които значима роля за “икономическата свобода”, за развитието, както и за разбирането на обществото има потреблението. Тъй като потреблението не изпълнява подобна структуроопределяща роля преди появата на постмодерното общество, става дума за възникване на неговата нова социална значимост, непозната и невъзможна дотогава (Келиян, 2008: 14-22, 40-49).

Изключително важно е не само да се посочи, но и да се акцентира върху едно решаващо обстоятелство: новата социална роля на потреблението, както и промените в моделите на потребление и значимостта на стила на живот са изследвани не като позитивни или негативни, а като **ценностно неутрални**. Друг е въпросът, че от навлизането на развитите общества в постмодерния им стадий се наблюдават редица тенденции както в потребителската култура, така и в стила на живот, които **в морален аспект могат да се оценят като негативни** - например консуматорството, “уестърнизацията” и глобализацията на потребителските модели, които унищожават локалните специфики и традиции, профанацията и комерсиализацията на културата и т.н. Това, което е важно за изследването е *как се променят механизмите на социално структуриране на съвременните общества, какво създава и споява социалните връзки между хората в групите и разграничава едни социално-структурни образувания от други?*

Същностните промени в потреблението причиняват подобни изменения и в стила на живот, най-значими сред които са самото “раждане” на стила на живот, свързано с извършващия се преход от “начин на живот” към “стил на живот”. Стилът

на живот е понятие, “релевантно на определена социална реалност” - постмодерното общество и като “социален феномен представлява интегрална характеристика на развитието” на последното (Chaney, 1996: 158). Поради това се счита, че изучаваното понятие изразява *значима форма на социална асоциация в постмодерното общество* и изследването му е *важен аспект от изучаването на структурата и формите* на последното (ibid.: 159).

Тези негови особености изискват да се обърне специално внимание на промените, които настъпват с появата и развитието на този тип общество. Не е случайно съвпадение и обстоятелството, че понятието “стил на живот” придобива изключителна популярност именно от пораждането на постмодерното общество насам. За пръв път за постмодерно се споменава през 1951 г. от Чарлс Райт Милс, който пише, че “модерната епоха е последвана от постмодерен период” (166), в който са поставени под съмнение ценностите на рационализма и политическите свободи и обществото се вълнува много повече от масовото потребление и стила на живот, отколкото от революционните идеи. *Постмодернизмът* възниква като течение в изкуството сред артистичните среди на Ню Йорк през 60-те години на XX в., а през 70-те понятието вече се използва и от европейските теоретици. За редица автори постмодернизмът е *културата на постиндустриалното общество* (Lyotard, 1979; Lash, 1990; Jameson, 1991; Mandel, 1978). Постмодерното общество е с развита техника, технологии, и комуникации, то е информационно и потребителско по своя характер. Масовото потребление на стоки и информационните технологии спомагат да се заличат границите между реалността и нейната имитация, разрушават господстващата дотогава йерархия на вкуса и водят до неговата профанация. В края на 70-те години на XX в. Лиотар обявява, че “вече няма смисъл, а само смисли”, че повече не е възможно да бъдат използвани универсалните категории, а те трябва да се заменят от такива в конкретен исторически контекст (1979). Той вижда постмодерното като смяна на наративното знание с множествеността на езиковите игри, а на универсализма - с локализъм. В постмодерната ера изчезва “големият наратив”, който дотогава е обединявал отделните знания в цялостна система. Социалната цялост е “раздробена” на множество различаващи се “малки наративи” или на диверсифицирани културни общности, като дотогавашният “универсализъм” се заменя от “локализъм”. По своята природа “стилът на живот” като социален феномен “отстоява всяка форма на включване в големия наратив”, защото е постмодерен по същността си; той прехвърля националните граници и е “спектакъл на глобалното”; стилът на живот “конституира

ново разбиране на взаимовръзката между индивида и колективните форми на социално съществуване” (Chaney, 1996: 159).

Казано с други думи, докато в модерното общество тази роля е изпълнявана от показатели като място в системата на общественото производство, икономически ресурси, трудов и професионален статус, образование, властови позиции и т.н., то в новото постмодерно общество стилът на живот се превръща в един от значимите индикатори, показващи как и защо индивидите се обединяват в групи, какви са тези социално-групови формирания, към които те принадлежат, по какво се различават от други социално-групови субекти и по какво си приличат с тях.

Изложените по-горе идеи потвърждават, че в постмодерното общество нараства значението на локалните общности, на тяхната свобода, инициативност, както и възможностите за изява на предприемчивостта им. След като логиката на развитие на самото постмодерно общество води до интернационализация и глобализация на съвременните общества до степента, в която можем да наблюдаваме и участваме в тези процеси в наши дни, закономерно все повече се налага и значимостта на локалните специфики, на местните общности. Последните изпълняват ролята и функцията на носители и изразители не само на “локализма”, те са социално-структурно формирание, което е своеобразно средоточие на локалното и глобалното, локализма и универсализма. В това се изразява и тяхната нова социална роля в постмодерното общество, която произтича именно от значението на техния стил на живот.

Бодрияр обръща внимание на друг аспект на постмодерното: в него изчезва разграничението между оригинал и копие, реално и въображаемо, като всичко се превръща в имитация (1970, 1975, 1981, 1983). Според него новите информационни технологии са в основата на преминаването от социален ред, основан върху производството, към такъв, който има за своя база възпроизводството (1983). То се “отдалечава от стандартизирания функционализъм и ентусиазма, породени от вярата в науката и икономическия растеж, господстващи в индустриалното общество в ерата на недоимъка и придава по-голяма тежест на естетиката и човешките отношения, като инкорпорира елементите от миналото в нов контекст” (Inglehart, 1997: 12). Но негова най-важна особеност е това, че както го определя Фелдърстоун, постмодерното е **качествено различен, нов тип общество** в сравнение с модерното, а не просто негов етап на развитие.

Всичко това поражда нови социални диференциации, в които стилът на живот има определящо значение, а средните слоеве поемат ролята на лидер в тези процеси. По

природата си новото общество представлява “епоخالна промяна или скъсване с модерното: то изразява появата на нова социална тоталност с нейни собствени организационни принципи” (Featherstone, 1988: 198). Негова “определяща черта” е “свободата на избора”, която “парадоксално се е превърнала в стриктна необходимост” (Clarke, 2003: 145) до такава степен, че “ние нямаме друг избор, освен да избираме” (Giddens, 1994: 75). Нещо повече, този тип общество е основано на “свободата” на потребителя (Baudrillard, 1981: 82-83). Отначало тази “необходимост постоянно да се избира” възниква и се отнася до сферата на потреблението, но с развитието на масовото производство и потребление, техниката, технологиите, особено на информационните технологии и комуникациите, с нарастване значението и ролята на образованието – тя все повече се налага и в сферата на свободното време и стила на живот като цяло. В новия тип общество е важен не само изборът на стил на живот – в него нараства значението на въпросите, свързани с **качеството на живота** (Inglehart, 1997: 325). Според Инглехарт големият преход от модерното към постмодерното се изразява в **смяната на акцента** – от икономическа сигурност и растеж – към **постматериалистическите ценности**, сред които водещо място имат свързаните с качеството на живота, пълноценната изява на индивидуалността, свободният избор на стила на живот и други подобни, които предизвикват значими изменения на социетално равнище.

Постмодерното общество по своята същност изразява промяна не само в ценностите и в културните практики, но и в механизмите социалното структуриране, като в началото на 90-те години на XX в. под постмодерно се разбира (Savage et. al., 1992: 130-131):

1. Специфични културни форми;
2. Названието, което интелектуалците използват по отношение на комерсиализираните културни форми и практики, считани от тях за неизискани и пошли.
3. Включването на различни групи от новите средни слоеве във все по-диверсифицирани културни практики;

Най-общо и условно различните социални теории, които се опитват да обяснят, систематизират и концептуализират промените в съвременните общества могат да бъдат обособени в **две големи групи**. Според авторите, принадлежащи към **първата** от тях, протичащите значими промени са проява на “втората” модерност, която е “късна” и “рефлексивна” модерност по своя характер (Beck, 1992; Giddens, 1991; Lash, 1990;

Beck, Giddens, and Lash 1994). Според други автори, отнасящи се към същата група, по-скоро става дума за “флуидна” (liquid) модерност (Bauman, 2000). Поставя се и важният въпрос за появата на нови, различни от дотогава познатите социални проблеми и за нов тип риск, което позволява да се говори за “рисково общество” (Beck, 1992; Giddens, 1990, 1999) и т.н. **Общото** между схващанията на авторите, които обединяваме в тази концептуална група е, че според тях *протичащите промени в социума са значими, но не водят до нов тип общество, а до промяна и развитие на вече съществуващите модерни общества*. Според условно обособената от мен **втора група** автори, значимите социални изменения не са просто продължение на модерността, а са *проява на появилото се общество от нов тип*. Някои от тях го наричат постиндустриално (Bell, 1974/1973), втори - постмодерно общество (Lyotard, 1979; Baudrillard, 1970, 1975, 1981, 1983; Featherstone, 1988, 1991), трети считат, че “късният капитализъм” достига до фазата на постмодернизъм (Jameson, 1991), други автори са на мнение, че обществото е достигнало своя “постматериалистически” стадий (Inglehart, 1997). Един от значимите показатели, поставени в основата на разграничението между модерно и постмодерно, е стилът на живот. И като социален феномен, и като понятие той е с все по-определящо въздействие върху съвременните общества. Независимо от особеностите на своя методологически подход и от разбирането си за социалноикономическите, социално-структурните и социокултурните промени в съвременните общества, различните автори използват именно стилът на живот като възлова концепция за тяхното дефиниране. В този смисъл от тогава насам, по един или друг начин, имплицитно или експлицитно, в зависимост от теоретическите ориентации на различните автори, стилът на живот се превръща в значим методологически инструмент на различни подходи към социума, за определяне на неговите съществени и знакови характеристики, за водещите тенденции и промени в него.

Без да навлизам в детайли ще отбележа, че използваното от мен понятие е “постмодерно общество” (Келиян, 2008; 2010), като приемам изложените от Федърстоун идеи в редица негови разработки (1987, 1988, 1991), както и тези на Лиотар (1979), Савидж, Барлоу и Филдинг (Savage et. al., 1992). Познавайки се на тези разбирания, както и на цитираните преди това в текста автори, достигам до извода, че: **постмодерното общество се основава на нов тип социално структуриране, в което стилът на живот е със значима и определяща роля, средните слоеве са със знаков характер за неговите особености и развитие, а локалните общности имат все по-значимо присъствие и важна роля в цялостния обществен живот**. Поради тези си

характеристики, то е качествено различно от модерното общество, а появата му е предизвикана от значими промени в обществената организация на производството и труда, от развитието на науката, образованието, информационните и комуникационните технологии, масовото производство и масовото потребление. **Качествените му различия** с предшестващото го модерно общество са именно в **механизмите на социално структуриране**, в представеността, мястото и значението на **средните слоеве** и в ролята на **локалните общности**.

Процесът на съществени социалноикономически, структурни, културни, ценностни, политически и т.н. промени, посредством които обществото придобива характеристиките на постмодерното и преминава към постмодерния си стадий означавам с понятието “постмодернизация”. Тя протича в развитите западни общества и в Япония през 70-те години на XX в., в края на 80-те години на XX в. в Южна Корея, а малко по-късно в Тайван, тогавашен колониален Хонконг, Сингапур и други страни. В България и в другите общества в преход от Централна и Източна Европа се наблюдава от средата на 90-те години на XX в. насам. Основания за използване на понятието “постмодернизация” са в качествената различност на постмодерното общество от предшестващото го модерно, в смяната в посоката на развитие на съвременните общества, която самото постмодерно представлява (Inglehart, 1997: 11).

В началото на XXI в. особено популярен в Европа, САЩ и Япония е т.нар. морално отговорен стил на живот. Изповядваните от него ценности са ориентирани към опазване на околната среда и поддържане на екологическото равновесие, бойкотиране продукцията и услугите на предприятия, които не са социално и екологично отговорни. Други популярни нови тенденции са следването на “устойчив” стил на живот, чиито последователи споделят разбиранията за необходимостта от повторна употреба, рециклиране и ремонтване на вече използвани стоки, с цел удължаване на техния живот и разумно използване на ресурсите. Актуален от 90-те години на XX в. насам е “зеленият” стил на живот, изискващ икономично използване и пестене на енергия и вода, рециклиране на отпадъците. Все по-търсени са биохраните, произвеждани по природосъобразен начин. Активизират се движения, зародили се още през 60-те и 80-те години на XX в., които се противопоставят на “макдоналдизацията” на обществото и се стремят да съхранят традиционните, регионалните и висококачествените храни (Ритзър, 2008: 310-319).

Нараства и значението на локалните общности както в живота на отделните индивиди и групи, така и в съвременните общества. Все повече местните ресурси се

използват за запазване на регионалните продукти, бизнес и традиции, за тяхното оцеляване и развитие в глобалните условия. В редица страни се организират движения от рода на “местни протести: не искаме да се сбогуваме с добрия стар квартал” (пак там: 315), които се противопоставят активно на навлизането на международни вериги за бързо хранене, молове и други подобни, които обезличават местния дух и застрашават да унищожават дребния местен бизнес.

Стилът на живот в традиционните и в по-слабо развитите общества е с описаните по-горе характеристики – те са чужди на консуматорските ценности, а рециклирането, ремонтирането и повторното използване са техни ежедневни практики, пестенето и икономичното използване на ресурсите са важно условие за оцеляване; потребява се екологично чиста продукция и локалните общности са изключително важни както за членовете им, така и за обществото. В постмодерния стил на живот става дума за “завръщане” към тези практики и ценности, но в условия на масово производство и изобилие от предлагани продукти и услуги. В традиционните и по-слабо развитите общества това се налага от икономическата необходимост, а в развитите съвременни общества – от осъзнатата необходимост за съхранение на природните и социалните ресурси. Това своеобразно “завръщане” е и на друго равнище, при качествено различни социални условия. “Морално отговорният”, “устойчивият” и “зеленият” стил на живот присъстват в дневния ред на **гражданското общество** в развитите общества, които са все по-загрижени за запазването на екологическото равновесие, споделят ценности на отговорност пред своите общности, обществото, глобалния свят и природата.

Развитието на информационните технологии, на комуникациите и особено на интернет през последното десетилетие предизвикват **съществени и качествени изменения в стила на живот**. Появяват се все по-нови и разнообразни възможности за общуване, потребление, дейности през свободното време и т.н. Информационно-комуникационните технологии променят стила на живот както на различните съвременни общества, така и на отделни общности, социални слоеве и категории.

4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

От последното десетилетие на XX в. насам, под въздействие на глобализацията, все повече **изчезват националните и регионални различия в стила на живот**, като местните традиции, до известна степен, изгубват предишното си значение. И в

развитата, и в развиващата се част на света се налагат едни и същи глобални тенденции - например на навлизане на информационно-комуникационните технологии във всички сфери на живота, на сходни модели на хранене, обличане, жилищна среда в големите градове, модели на свободно време и т.н. От втората половина на 90-те години на ХХ в. насам обаче, се забелязват **все по-разрастващи се паралелно протичащи процеси** в посока, противоположна на масовизацията, универсализацията и глобализацията в стила на живот, върху които силно влияят идеологиите на **антимодернизма и антиглобализма**. Тяхна политическа основа са призивите за “връщане към корените”, нарасналото значение на **регионализма и локализма**, на търсенето на локална, религиозна, расова, етническа и т.н. идентичност.

В тези условия нараства значението на локалните общности и на техния стил на живот. Постмодерното общество не само, че не ги обезличава, то ги изправя пред нови предизвикателства, като същевременно им предоставя и нови средства за справяне с проблемите им. Например развитието на техниката, технологиите, особено на информационно-комуникационните технологии, които правят обществата ни все по-глобални, могат едновременно с това да се използват и като средства за отстояване на локалните специфики, за тяхното утвърждаване и дори за популяризацията на местния стил на живот извън границите на общността – т.е. за своеобразна “глобализация на локалното”.

Според Таро Гомиⁱⁱⁱ, световноизвестен японски писател и илюстратор: „Не трябва да очакваме нищо от нашите нации или от нашите правителства. Това е период, когато хората, които могат да движат нещата сами, да го правят, проправяйки път на другите. Докато ХХ в. беше векът на нациите, то ХХI век е век на регионите и на местните хора”. ХХI в. е век на локалните общности, които “трябва да предприемат инициативи”. Хората в постмодерните общества не се надяват на правителствата и държавата да им помогнат или да решат проблемите им – те разчитат най-вече на усилията и предприемчивостта си, но не само като отделни индивиди, а едновременно с това и като членове на дадени общности, сред които особено важно място и роля имат локалните.

Думите на авангардния японски писател и художник, типичен представител на постмодерната попкултура, удивително точно обобщават тенденциите в стила на живот на локалните общности в неговото общество. Те са своеобразна перифраза в контекста на промените в ХХI в. на известната мисъл на президента Кенеди “Не е важно какво страната може да направи за тебе, а какво ти можеш да направиш за нея”. Днешният

постмодерен вариант на знаменитата сентенция би звучал по следния начин: “Най-важно е какво правим сами за себе си и за общностите си, без да чакаме държавата и правителството да ни помагат. По-важно е да не ни пречат”.

Но доколко и как самите локални общности се вписват в постмодерната среда и се справят с предизвикателствата ѝ зависи от социалните структури на конкретното общество.

Бележки

ⁱ Става дума за изследвания на учени от Института по социология като “Градът и селото” и “Начин на живот на родопското население”.

ⁱⁱ За потреблението, свободното време, моделите на потребление, моделите на свободно време и взаимоотношенията на тези понятия с това за стил на живот по-подробно вж. Келиян, 2008: 31-73.

ⁱⁱⁱ Вж. Interview with Mr. Taro Gomi, 2006: 3.

ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА

Банков, К. (2009). *Консумативното общество*. София: Изд. къща ЛИК.

Горанова, М. (2009). “Нищо излишно”: Проектирането на социалистическото всекидневие – от утопичен дизайн до консумативната култура на социализма. *Социологически проблеми* 1-2. 357-379.

Келиян, М. (2008). *Япония и България: Модели на разслоеното потребление*. София: Издателство “Валентин Траянов”.

Келиян, М. (2010). *Стил на живот на локалната общност: съвременна Япония*. Варна: Издателство „Алекс Принт”.

Минева, М. (2003). Разкази за и образи на социалистическото потребление (изследване на визуалното конструиране на консумативната култура през 60-те години в България). *Социологически проблеми*, 1-2. 143-166.

Минева, М. (2008). *Пътеводител 2020*. София: Икономедия.

Ритзър, Д. (2008). *Макдоналдизация на обществото*. София: Изд. къща ЕМАС.

Тилкиджиев, Н. (2002). *Средна класа и социална стратификация*. София: ЛИК.

Тилкиджиев, Н. (2006). Качество на живот и щастие: европейски ренесанс на една традиция; В: Грекова, М. и П. Кабакчиева (съст.). *Отвъд дисциплинарните (само)ограничения*. Университетско изд. “Св. Кл. Охридски”, София. 122-145.

Тилкиджиев, Н. (2008). Качеството на живот: критерий за по-доброто общество. *Социология*, 1. 115-130.

Abercrombie et al. (eds.) (1984). *The Penguin Dictionary of Sociology*. London: Allen and Unwin.

-
- Barber, B. (1957). *Social Stratification*. New York: Harcourt, Brace and World.
- Baudrillard, J. (1970). *La société de consommation*. Paris: Gallimard.
- Baudrillard, J. (1975). *The Mirror of Production*. St. Louis: Telos Press.
- Baudrillard, J. (1981). *Toward a Critique of the political Economy of Sign*. St. Louis: Telos Press.
- Baudrillard, J. (1983). *Simulations*. New York: Semiotext(e).
- Bauman, Z. (2000). *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Beck, U. (1992). *Risk Society*. London: Sage.
- Beck, U., Giddens, A. and S. Lash. (1994). *Reflexive Modernization: Politics, Tradition and Aesthetics in the Modern Social Order*. Cambridge: Polity Press.
- Bell, D. (1973/1974). *The Coming of Post-industrial Society: A Venture in Social Forecasting*. London: Heinemann.
- Bell, D. and J. Hollows. (2005). Making sense of ordinary lifestyles. In: Bell, D. and J. Hollows (eds.) *Ordinary Lifestyles: Popular Media, Consumption and Taste*. Berkshire: Open University Press.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*. London: Routledge and Kegan Paul.
- Bourdieu, P. (1995/1993). *Sociology in Question*. London: Sage.
- Burrows, R. and C. Marsh. (1992). Consumption, Class and Contemporary Sociology. In: Burrows, R. and C. Marsh (eds.) *Consumption and Change: Divisions and Change*. London: Macmillan. 1-15.
- Butler, T. and M. Savage. (eds.) (1995). *Social Change and the Middle Classes*. London: UCL.
- Chaney, D. (1996). *Lifestyles*. London: Routledge.
- Chapin, F.S. (1935). *Contemporary American Institutions: A Sociological Analysis*. New York: Harper and Row.
- Clarke, D. B. (2003). *The Consumer Society and the Postmodern City*. London: Routledge.
- Crompton, R. (1992). Patterns of Social Consciousness amongst the Middle Classes. In: Burrows, R. and C. Marsh (eds.) *Consumption and Change: Divisions and Change*. London: Macmillan. 140–165.
- Crompton, R. (1996). Consumption and class analysis. In: Edgell, S., Hetherington, K. and A. Warde (eds.) *Consumption Matters: The Production and Experience of Consumption*. Oxford, UK and Cambridge, MA, USA: Blackwell Publishers/The Sociological Review. 113-135.
- Diderot, D. (1964). Regrets on parting with my old dressing gown. In: Barzun, J. and Bowen, R.H. (trans.) *Rameau's Nephew and Other Works by Denis Diderot*. New York: Bobbs-Merrill. 309-317.

-
- Featherstone, M. (1987). Lifestyle and Consumer Culture. *Theory, Culture and Society*. 4. 55-70.
- Featherstone, M. (1988). In Pursuit of the Postmodern: An Introduction. *Theory, Culture and Society*. 5. 195-215.
- Featherstone, M. (1991). *Consumer Culture and Postmodernism*. London: Sage.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-Identity. Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press.
- Giddens, A. (1994). Living in a post-traditional society. In: Beck, U., Giddens, A., and S. Lash (eds.) *Reflexive Modernization: Politics, Tradition and Aesthetics in the Modern Social Order*. Cambridge: Polity Press. 56-109.
- Giddens, A. (1999). Risk and responsibility. *Modern Law Review*, 62(1). 1-10.
- Goldthorpe, J. H. (1982). On the Service Class, its Formation and Future. In: Giddens A. and G. Mackenzie (eds.) *Social Class and the Division of Labor*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Inglehart, R. (1997). *Modernization and Post modernization: Cultural, Economic and Political Change in 43 Societies*. New Jersey: Princeton University Press.
- Interview with Mr. Taro Gomi. (2006). In: *The Japan Foundation Newsletter*, Vol. XXXI/No.4. 1-3.
- Jameson, F. (1991). *Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism*. London: Verso.
- Kroeber, A.L. (1957). *Style and Civilizations*. New York: Cornell University Press.
- Lash, S. (1990). *The Sociology of Postmodernism*. London: Routledge.
- Lazer, W. (1963). Life style concepts and marketing. In: Greyser, S. (ed.) *Toward Scientific Marketing*. Chicago: American Marketing Association. 130-139.
- Levy, S.J. (1963). Symbolism and life style. In: Greyser, S. (ed.) *Toward Scientific Marketing*. Chicago: American Marketing Association. 140-150.
- Longhurst, B. and M. Savage. (1996). Social class, consumption and the influence of Bourdieu: some critical issues. In: Edgell, S., Hetherington, K. and A. Warde (eds.) *Consumption Matters: The Production and Experience of Consumption*. Oxford, UK and Cambridge, MA, USA: Blackwell Publishers/The Sociological Review. 274-301.
- Lyotard, J. F. (1979). *The Post-modern Condition*. Minneapolis: University of Minnesota Press,
- Maffesoli, M. (1996). *The Time of The Tribes: The Decline Of Individualism in Mass Society*. London: Sage.
- Mandel, E. (1978). *Late Capitalism*. London: Verso.
- McCracken, G. (2001/1988). Diderot unities and the Diderot effect. In: Miller, D. (ed.) *Consumption: Critical Concepts in the Social Sciences*. V 3. London and New York: Routledge. 50-135.

-
- Mills, C.W. (1951). *White Collar*. New York: Oxford University Press.
- Moore, D.G. (1963). Life styles in mobile suburbia. In: Greyser, S. (ed.) *Toward Scientific Marketing*. Chicago: American Marketing Association. 151-163.
- Myers, J.H., and J. Gutman. (1974). Life Style: The Essence of Social Class. In: Wells, W.D. (ed.) *Life style and Psychographics*. Chicago: American Marketing Association. 235-256.
- Plummer, J.T. (1971). Social distance and the veil, *American Anthropologist*, 66. 1257-1274.
- Savage, M., Barlow J., Dickens, P. and T. Fielding. (1992). *Property, Bureaucracy and Culture: Middle Class Formation in Contemporary Britain*. London: Routledge.
- Sewell, W.H. (1940). The Construction and Standardization of a Scale for the Measurement of Oklahoma Farm Families Socioeconomic Status. In: *Agricultural Experiment Station, Technical Bulletin No. 9*. Stillwater: Oklahoma Agricultural and Mechanical College.
- Sobel, M. E. (1981). *Lifestyle and Social Structure: Concepts, Definitions, Analyses*. New York: Academic Press.
- Tumin, M.M. (1970). *Readings on Social Stratification*. Englewood Cliffs, N.J: Prentice-Hall.
- Veblen, T. (1899/1994). *The Theory of the Leisure Class*. Harmondsworth: Penguin Books.
- Warde, A. (1992). Notes on the Relationship between Production and Consumption. In: Burrows, R. and C. Marsh (eds.) *Consumption and Change: Divisions and Change*. London: Macmillan. 15-32.
- Warde, A., and L. Martens. (1998). A Sociological Approach to Food Choice: The Case of Eating Out. In: Murcott, A. (ed.) *The Nation's Diet: the Social Science of Food Choice*. Harlow: Longman.
- Weber, M. (1978/1922). "Classes, Status Groups and Parties". In: Runcinan, W.G. (ed.). *Max Weber: Selection in Translation*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Zablocki, B. and R.M. Kanter. (1976). The Differentiation of Life Styles. *Annual Review of Sociology*, 2. 269-298.

* Мая Келиян е проф. д.с.н. в Института за изследване на обществата и знанието при БАН. Работи в областта на социологията на социалната стратификация, средните слоеве и общностите, моделите на потребление, стила на живот, свободното време, като изследва в сравнителната перспектива социалните структури, трансформации и стилове на живот в България, Япония и Китай.

e-mail: mayakeliyan@gmail.com