

Е.А. Кучеренко, аспирант кафедры экономической социологии и маркетинга социологического факультета
Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Москва (Россия)

Ключевые слова: социальное неравенство; социальный статус; потребление; социальный контекст; позиционность; благосостояние населения.

Аннотация: В статье отмечается связь уровня и структуры потребления с системой статусной иерархии в обществе. Выдвигается положение о возникновении дисбаланса потребительских расходов, оказывающего влияние на благосостояние всех членов социальной системы. Предлагается оригинальная модель потребления в обществе, которая объясняет динамику потребительской системы расходов в условиях социального неравенства.

Данная статья нацелена на обоснование основных положений о влиянии системы статусной иерархии и социального неравенства на структуру и уровень потребления в обществе, что определяет благосостояние всех членов социальной системы.

В зависимости от занимаемой позиции в системе социального неравенства уровень и структура потребления людей отличаются в силу обладания различным экономическим капиталом, выступающим лимитом потребления. При этом, как известно, богатые тратят меньше, чем бедные (в %-ом выражении); ни для кого не секрет, что потребление растет, вместе с ростом национального дохода. Эти два явления противоречат друг другу: если богатые тратят меньше, то в период роста экономики уровень потребления должен снижаться, а уровень сбережений в обществе расти, так как все становятся богаче. Однако такого не происходит. Объяснение этого парадокса кроется в области относительных позиций людей и социальных групп в обществе. Главным здесь является то, что «богатый» и «бедный» – это относительные понятия: если национальный доход растет, то это не оказывает прямого влияния на положение «бедный – богатый», оно может оставаться неизменным.

Объекты потребительского выбора и уровень потребления отражают символическую иерархию в современном обществе, поэтому социальное неравенство имеет тесную взаимосвязь с потребительской системой расходов в социальной системе. Для того чтобы сохранить или изменить свое относительное положение в обществе индивиду необходимо обеспечивать структуру и уровень потребления в рамках определенной социальной нормы, которая определяет и поддерживает социальную дифференциацию, существующую в целях обеспечения соблюдения социальной дистанции, различия социальных групп и классов. Это может касаться любых объектов потребления, от продуктов питания, одежды, мебели или СМИ, до объектов искусства, музыки, литературы и т.д. Однако не все блага в равной степени отражают символическую иерархию в обществе.

Социальный контекст имеет разное значение в различных областях, другими словами, люди заботятся об относительном потреблении в некоторых областях в большей степени, чем в других. Контекст наделяет определенным смыслом все то, что воспринимается в его окружении, определяет ответное поведение. Смысл и область возможных реакций может стать другой, вплоть до противоположной, в зависимости от смены контекста. Например, спальная комната размером 10 кв. метров, это много или мало? Для круизного лайнера – много, в частном доме в Подмоскowie –

мало, в Токио – среднестатистический горожанин и не мечтает о таком, а на юге Испании размер спальной комнаты не имеет особого значение, все пространство жители этого региона предпочитают перераспределить в пользу гостиной и террасы.

Далее в изложении материала мы будем использовать термин позиционный товар для обозначения тех благ, для которых корреляция между контекстом и их ценностью является высокой, и понятие непозиционный товар для обозначения таких – где эта связь просматривается слабо. Отметим, что такая корреляционная связь является устойчивой в рамках социальной группы, но может быть кардинально противоположной для разных групп, т.к. вкусы людей в обществе социально обусловлены, а основная их социальная функция – обеспечение социальной идентичности в группе и дистанции (различия) социальных групп. Из этого следует, что потребление в современном обществе изменяется неравномерно в разных сферах: рост, в первую очередь, затронет товары, отражающие символическую иерархию данного сообщества.

Потребление позиционных благ ведет к гонке расходов, которая становится моделью развития современного общества. Наши потребительские желания зависят от потребления других людей, поэтому возникает потребительская экстерналиа, получение того, что мы желаем, не дает желаемого результата. Удовлетворение будет получено только в том случае, если, например, автомобиль человека окажется лучше (как правило, дороже), чем у соседей/друзей и представителей других референтных групп, это заставляет людей включаться в бесконечную потребительскую гонку потребительских расходов [1, с. 4, 92].

Озабоченность относительным положением приводит к тому, что расходы сосредотачиваются на позиционных товарах. Происходит отвлечение ресурсов от непозиционных товаров, в результате чего возникает дисбаланс потребления различных типов благ, что приводит в итоге к снижению благосостояния. Например, если продолжительность рабочего времени является непозиционной, то люди будут работать дольше, чтобы заработать больше денег для покупки нового, более дорогого автомобиля. Покупатель нового автомобиля ожидает получения дополнительного удовлетворения не только и не столько от более высоких характеристик приобретенного автомобиля как таковых, а от того, что этот автомобиль лучше (относительное выражение), чем у людей, представляющих референтную группу для данного индивида. Эти ожидаемые выгоды перевешивают те потери, которые он несет ради их

достижения, что обеспечивает его мотивацию к их осуществлению. Но, т.к. все члены общества действуют аналогичным образом, относительное положение находится в динамическом равновесии, соотношение, например, стоимости автомобилей остается неизменным, следовательно, никто не испытывает желанного удовлетворения. Люди могут обнаружить, что улучшение автомобиля в абсолютном значении не стоило тех потерь свободного времени, которое пришлось понести, но и отказ от покупки нового автомобиля, когда другие люди участвуют в потребительской гонке, не позволяет человеку остаться на первоначальном уровне удовлетворенности. Представленную модель потребительской гонки можно проиллюстрировать знакомым всем примером поведения людей на стадионе: во время футбольного матча люди часто встают, чтобы лучше видеть игровое поле, закрывая обзор другим, что заставляет последних последовать примеру первых, в итоге все оказываются в исходном положении по уровню обзора, но общий уровень комфорта каждого будет снижен, поскольку приходится стоять.

Неравномерная значимость контекста для разных сфер потребления приводит к глубоким искажениям в распределении расходов. Данная проблема возникает в силу чрезмерного давления позиционности в условиях вытянутой фигуры социального неравенства. Индивид из нижней части иерархии, обладая более низкими возможностями удовлетворения потребностей, оказывается в ситуации, которая заставляет его потреблять больше позиционных товаров, чем он может себе позволить при прочих равных условиях. Причем, данная проблема не разрешается общим ростом национального дохода, т.к. если приток доходов в верхних слоях социальной иерархии происходит опережающими темпами, они увеличивают свое потребление, это в свою очередь, через цепочку косвенных эффектов, заставляет более низкие слои увеличить позиционное потребление, вынуждая сокращать другие важные категории расходов. Следствием такого развития общества является снижение благосостояния населения. Люди готовы отвлекать ресурсы от целей повышения своего благосостояния, для повышения своего статуса. Индивиды жертвуют своим потреблением, расходуя ресурсы на то, чтобы выиграть гонку с нулевой суммой выигрыша. Таким образом, стремление к более высокому социальному статусу, к обладанию символами статуса, снижает эффективность использования ресурсов всей социальной группы.

Для обеспечения позиционного потребления люди будут изыскивать возможности увеличения лимита потребления. Если в данном обществе досуг (нерабочее время) менее позиционен, чем статусные категории потребления, то по мере роста неравенства будет происходить увеличение рабочих часов всех слоев общества, т.к. действия одного индивида или социальной группы непосредственно определяют удовлетворенность других социальных субъектов как вниз, так и вверх по социальной структуре общества. Такая ситуация может иметь очень сильное влияние на благополучие людей, т.к. в современном «обществе трудогилов» размер отдыха от работы определяет уровень физического и социально-психологического здоровья. Также, следует обратить внимание на то, что время, затрачиваемое на дорогу до работы и обратно, также явля-

ется непозиционным, следовательно, люди готовы жертвовать частью своего нерабочего времени ради получения более высокооплачиваемой работы и «победы» в «гонке расходов», что усугубляет озвученную проблему.

Анализ трудового законодательства разных стран позволяет заметить, что почти все страны способствуют увеличению досуга, путем государственного регулирования и социальных норм, что позволяет нам предположить направление решения более широкого спектра проблем дисбаланса потребления. Появление государственного регулирования в сфере труда определяется не исключительно позиционностью, однако без государственного вмешательства система не может достичь динамического баланса. На нерегулируемых рынках труда люди предпочитают дольше работать в ущерб отдыха. Подкрепить данную идею можно данными эмпирического исследования, проведенного в крупных юридических компаниях США. Работникам было предложено выбрать один из 2-х вариантов: сохранить их нынешнее положение или сократить количество рабочих часов и оплату на 10%. В группе опроса, где сокращения предлагалось провести одновременно для всех сотрудников, подавляющее большинство респондентов выбрали второй вариант, где сокращение было индивидуальным – преобладал первый вариант ответа [2, с. 336].

К непозиционным благам следует отнести товары и услуги, связанные с безопасностью, страхованием, здоровьем (в той части, которая не имеет видимого другим людям проявления) и многое другое; в мегаполисе, к этой категории следует причислить предметы домашнего обихода, домашнюю еду, расходы на несовершеннолетних детей в случае трудовой занятости обоих родителей. Все эти статьи расходов ожидают сокращения по мере роста неравенства в обществе.

Позиционная гонка заставляет людей изыскивать дополнительные ресурсы для позиционного потребления. Основными источниками выступают: снижение сбережений [3, с. 109], увеличение задолженности [4, с. 3, 6, 13], снижение расходов на непозиционное потребление, увеличение продолжительности и интенсивности труда [5, с. 150].

Таким образом, рост неравенства даже при общем росте благосостояния населения оказывает негативное воздействие на небогатых членов социальных групп или средний и нижний классы, если говорить в разрезе всей социальной системы общества. Это воздействие реализуется через потребительскую систему расходов. Богатые члены сообществ тратят больше на подарки, одежду, автомобили и другие вещи просто потому, что у них больше денег. Эти расходы изменяют нормы потребления, которые формируют требования к уровню и структуре потребления чуть менее богатых людей, трансформируя их систему расходов в пользу позиционного потребления. Данную логику можно перенести на всю социальную систему общества до самых нижних слоев. Увеличение статусного потребления более низких слоев отражается на потреблении более высоких, требуя от последних увеличить расходы на товары, отражающие их более высокий статус. Возникает порочный круг.

Связь между социальным неравенством и личным потреблением поднимает вопрос о необходимости регулирования сложившейся системы общественных отношений. При этом следует понимать, что сопоставление

себя с другими людьми по различным критериям выступает двигателем развития общества и отдельных личностей; люди сравнивают себя с более успешными людьми, ставят себе высокие цели и достигают их, что оказывает положительное влияние на общую эффективность, производительность и рост. Поэтому необходимо находить баланс для реализации позитивной мотивации поведения индивидов и преодоления негативного влияния статусного потребления на благосостояние всех членов социальной системы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Frank R.H. Falling Behind: How Rising Inequality Harms the Middle Class. University of California Press, Berkeley, CA, 2007, p. 140.
2. Landers R.M., Rebitzer J.B., Taylor L.J. Rat Race Redux: Adverse Selection in the Determination of Work Hours in Law Firms. *American Economic Review* 86, 1996, pp. 329–348.
3. Schor J. The Overspent American: Upscaling, Downshifting, and the New Consumer. New York: Basic Books, 1998, p. 253.
4. Van Treeck T. Did inequality cause the U.S. financial crisis? Düsseldorf: Macroeconomic Policy Institute, 2012, p. 40.
5. Solnick S.J., Hemenway D. Are Positional Concerns Stronger in Some Domains than in Others? *The American Economic Review*, 95 (2), 2005, pp. 147–151.

SOCIAL INEQUALITY AS THE REASON OF IMBALANCE CONSUMER EXPENDITURES

© 2014

E.A. Kucherenko, graduate student of economic sociology and marketing sociological faculty
Lomonosov Moscow State University, Moscow (Russia)

Keywords: social inequality; social status; consumption; social context; position and welfare.

Annotation: The article notes the connection between the level and structure of consumption and system status hierarchy in society. Put forward the idea of consumer spending imbalance that affects the welfare of all members of the social system. The paper proposes an original model of consumption in society, which explains the dynamics of consumer expenditures in the social inequality.