

Гжегож Малиновски<sup>1</sup>

## ГЛОБАЛИЗАЦИЯ, МОДЕЛИ ПОТРЕБЛЕНИЯ И ПОЛИТИЧЕСКАЯ СТАБИЛЬНОСТЬ

### Введение

В наши дни резкие перемены в технологиях и экономике идут рука об руку со стремительными изменениями традиционных ценностей и установок. В современном мире постоянная доступность Интернета, компьютера, телевидения или смартфона делает всех нас гражданами скорее глобализованного виртуального мира, а не мира физического, географического, реального. Но даже если люди считают себя жителями «глобальной деревни», основой политической архитектуры реального мира по-прежнему остается национальное государство.

Одной из основных характеристик национального государства является территория, определяемая его границами. Признание и уважение границ считается принципом государственного суверенитета, соблюдения национальных интересов и территориаль-

ной целостности, формирующим отношения между странами.

Исторически сложилось так, что правители всегда присваивали себе право контролировать все происходящее на их территории, но есть области, которые избежали такого непосредственного контроля. Первая из них — это область науки и, в более широком смысле, идей. Независимо от того, шла ли речь о религии, суевериях или технике, распространение идей нельзя было остановить, даже в обособленных странах. Вторая область — это сфера торговли. Главы государств, как правило, всегда были весьма благосклонны по отношению к торговцам, поэтому для деловых людей границы всегда были открыты.

Стоит заметить, что и идеи, и торговля являются важными движущими силами мировой истории. Иногда их влияние усиливается, иногда ослабевает, но всегда имеет глубокий смысл. Хотя гипотеза, содержащаяся в настоящем докладе, свидетельствует о том, что в современном глобализованном мире появился третий важный фактор. Он присутствовал всегда, но до того, как экономика стала глобализованной,

<sup>1</sup> Доцент Исследовательского института «TIGER» Университета Леона Козьминского (Варшава), доктор экономических наук. Окончил Национальный университет Луи в Новом Сонче по специальности «Финансовый менеджмент», Университет Иоанна Павла II в Кракове по специальности «Философия».

его влияние было незначительным. Этот фактор можно определить как универсализацию западных моделей потребления. Он играет важную роль, особенно в развивающихся странах.

### Глобализация и модели потребления

Не существует стран или социально-экономических систем, которые действовали бы в вакууме. Значительную роль в общем результате их деятельности играют такие факторы, как география, климат, культура или страны-соседи. Кроме того, все более важным фактором становится глобализация. Под глобализацией мы понимаем спонтанный исторический процесс либерализации вместе с сопровождающей его систематической интеграцией в единый самостоятельный мировой рынок товаров, капитала, технологий, информации и — с запозданием и в меньшем масштабе — труда, которые раньше являли собой обособленные или объединенные слабыми функциональными связями рынки<sup>1</sup>. Важно отметить, что с точки зрения социально-экономических связей глобализация одновременно оказывает влияние, прямое или косвенное, на государство, общество и рынок.

Но как именно глобализация воздействует на функционирование социально-экономической системы? Чтобы ответить на этот вопрос, предлагаем взглянуть на процесс глобализации с определенного ракурса, а именно со стороны моделей потребления. Одним из возможных подходов к глобализации является отношение к ней как к процессу продвижения моделей потребления богатых стран. Мировой порядок часто ха-

рактеризуют как равновесие между самостоятельными территориальными единицами — странами, но в результате современных достижений в мировой торговле, технологиях и даже благодаря средствам международных социальных сетей границы между странами неуклонно стираются<sup>2</sup>. Такая ситуация способствует постепенной гармонизации потребностей потребителей по всему миру. Именно в такой гармонизации господствуют западные продукты, и именно она отражает западный образ жизни, который можно охарактеризовать как западные модели потребления.

Каковы основные характеристики моделей потребления в богатых странах? Первая характеристика — это структура расходов домохозяйств. В развитых странах домохозяйства тратят на базовые потребности относительно небольшие суммы. Принимая во внимание пирамиду потребностей Маслоу<sup>3</sup>, модели потребления можно охарактеризовать таким образом, что пирамида (структура) расходов — это перевернутое изображение пирамиды потребностей (см. рис. 1). Откровенно говоря, на культуру, образование и развлечения люди тратят относительно больше средств, чем на питание или обустройство жилища. Данная закономерность отражена в статистических данных. Оказывается, в Германии домохозяйства тратят 9 % своего дохода на еду и напитки, в то время как на эти же цели поляки тратят 20 %, а индийцы — 50 %<sup>4</sup>. Данная модель проста и понятна: чем богаче страна, тем больше люди тратят на более высокие потребности. И если некая страна становится богаче, то одновременно снижаются расходы на базовые потребности.

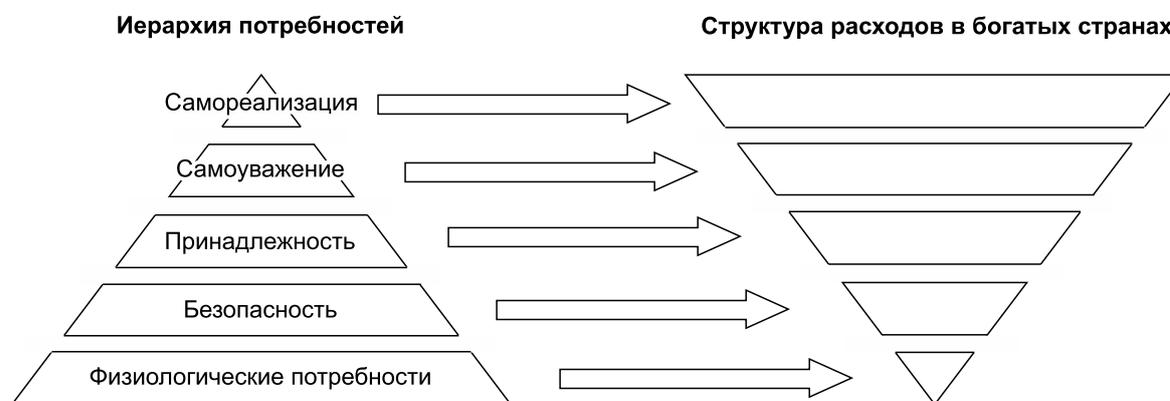


Рис. 1. Пирамида потребностей в сравнении с пирамидой расходов в богатых странах

Вторая характеристика касается глобализации брендов. Примечательно, что в наше время запросы потребителей унифицированы по всему миру посредством создания продуктов с глобальным охватом.

<sup>1</sup> Kolodko G. W. Truth, Errors, and Lies. Politics and Economics in a Volatile World. N. Y. : Columbia University Press, 2011.

<sup>2</sup> Kissinger H. World Order. N. Y. : Penguin Books, 2015.

<sup>3</sup> Maslow A. Motivation and personality. N. Y. : Harper publishing, 1954.

<sup>4</sup> The Next Mobile Frontier Report, 2014. URL: <http://www.upstreamsystems.com/2014-next-mobile-frontier-report/> (accessed: 21.01.2016).

В качестве подтверждения этого можно использовать многочисленные рейтинги из разных стран, представляющие наиболее популярные компании и бренды. Не имеет значения, где находится конкретная точка отсчета — в Польше, Германии или Индии, — Apple, Google и Coca-Cola всегда будут самыми мощными брендами. Стоит отметить, что речь идет не только о популярности, но и о желании. Из-за глобализации вообще и средств массовой информации и рекламы в частности желания всех людей, даже в отдаленных странах, одинаковы. Например, согласно докладу

«Следующий рубеж мобильности» (2014), когда речь заходит о смартфонах, респонденты из Нигерии, Бразилии, Индии, Китая и Вьетнама говорят о том, что хотели бы купить либо iPhone, либо Samsung, потому что это именно те бренды, о которых они мечтают. Та же самая модель применяется к большинству продуктов повседневного потребления. Таким образом, мир сталкивается с унификацией потребностей и одновременно — с их материализацией в виде конкретных брендов и продуктов. Данный процесс идет быстрыми темпами, не встречая сопротивления и обнаруживая с точки зрения экономики все признаки монополии.

#### Унификация моделей потребления и ее последствия

На данном этапе возникает решающий вопрос: «Что произойдет, если какая-либо слаборазвитая (или по меньшей мере развивающаяся) страна примет модели потребления, аналогичные тем, которые существуют в богатых странах?» Другими словами: что произойдет, если не очень состоятельные люди захотят покупать те же вещи, что и граждане богатых стран?

Первое последствие — в слаборазвитой стране потребности растут быстрее, чем возможность их удовлетворить<sup>1</sup>. Общеизвестно, что имеется прямая корреляция между наличным доходом и уровнем по-

требления. В экономике данные взаимоотношения представлены функцией потребления. Аналогичные рассуждения, вероятно, можно применить к построению функции притязаний, которая отображает отношения между наличным доходом и уровнем притязаний, что можно определить как желанный, но реалистичный уровень потребления. При нормальном уровне, под которым понимается отсутствие доминирования моделей потребления из богатых стран, функция притязаний параллельна функции потребления. Тем не менее, как уже упоминалось выше, мы предполагаем, что в настоящее время важную роль играет дополнительный феномен.

В слаборазвитых странах из-за увеличения наличного дохода, с одной стороны, и из-за популярности моделей потребления, импортированных из богатых стран, — с другой, потребности растут быстрее, чем возможность их удовлетворения, что можно охарактеризовать как отделение функции притязаний от экономической реальности страны (см. схему). Желанный уровень потребления фиксируется на уровне, заданном богатыми странами, и, по нашим предположениям, является недостижимым для слаборазвитых стран. Он становится стандартом, которого хочет достичь каждый. Однако для большинства развивающихся стран это невозможно, по крайней мере в обозримом будущем.

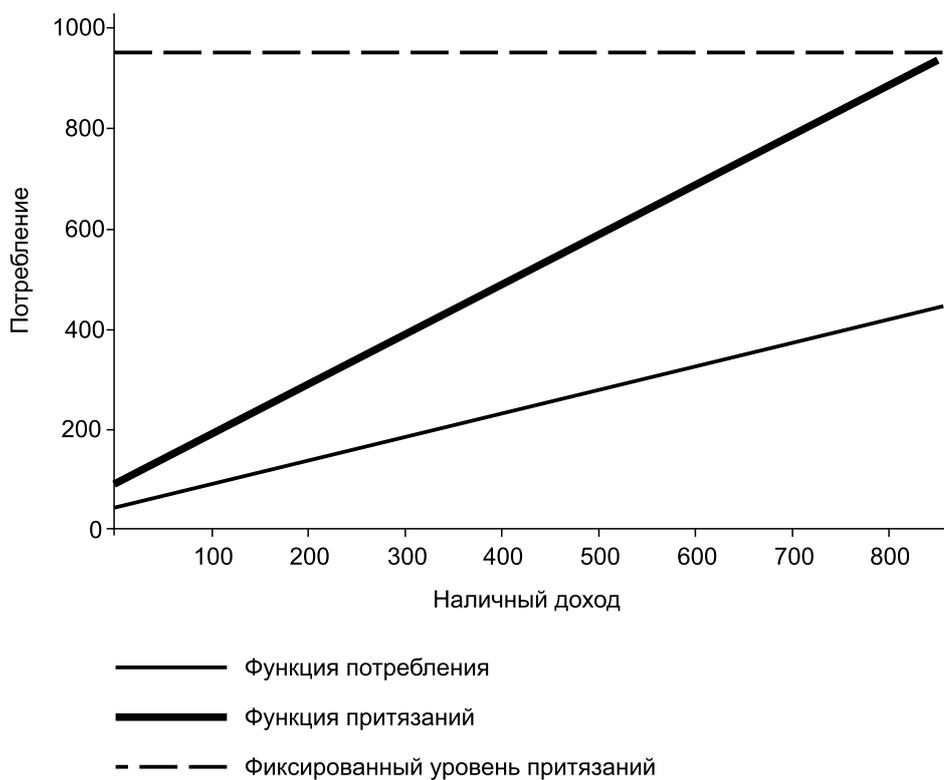


Рис. 2. Функция потребления, функция притязаний и фиксированный уровень притязаний

Откровенно говоря, импортное моделирование потребления из богатых стран создает ситуацию, ког-

<sup>1</sup> Kotodko G. W. Whither the World: The Political Economy of the Future. Houndmills; Basingstoke; Hampshire: Palgrave Macmillan, 2014.

да люди в Нигерии или Индии, у которых месячная заработная плата не превышает 300 долларов, хотя покупать такие же смартфоны, как немцы (хотя месячная заработная плата немцев превышает 2,5 тыс. долларов). Учитывая, что стоимость смартфона со-

ставляет примерно 700 долларов, сравнение покупательной способности различных стран заставляет задуматься.

В некоторых частях света неудовлетворенные потребности вызывают чувство безысходности. Это особенно важно в наше время в связи с широким распространением медиаиндустрии. Сто или двести лет назад люди из разных стран также желали достичь западного уровня жизни. Однако среднестатистический человек из прошлого, живший в экономически отсталой стране, скорее всего, не имел понятия о западном уровне жизни и не мог сравнить свою жизненную ситуацию с ситуацией среднестатистического немца или француза. В наше время благодаря Интернету и телевидению для жителя Чада или Индии это не является проблемой. Сравнение заработных плат и неудовлетворенных потребностей вызывает чувство разочарования<sup>1</sup>.

При таких обстоятельствах возрастает давление на правительство с призывом «сделать что-нибудь» для изменения ситуации в максимально короткие сроки. Впрочем, с макроэкономической точки зрения значительные изменения, необходимые для сокращения расстояния до богатых стран, требуют времени, речь даже может идти о десятилетиях. Но во многих случаях правительствам не дают достаточно времени, даже при росте экономики недовольство увеличивается. Также во многих случаях такая ситуация приводит к тому, что правительства принимают радикальные решения, которые оборачиваются проблемами в экономике страны. В некоторой степени Польша является примером того, как данный механизм работает на практике. То, что Польша стала членом ЕС и переживает долговременный экономический рост, породило притязания и запросы поляков. Для них стало более привычным сравнивать свою ситуацию с материальным положением шведов, британцев или немцев, а не словаков, литовцев или болгар. И хотя считается, что высокие запросы — это, конечно, хорошо, но такие сравнения скорее создавали неуверенность в собственных силах, а не служили мотивацией. В результате было избрано новое правительство Польши с совершенно другим видением и достаточно популистскими характеристиками.

Рост нетерпения и неудовлетворенности сопровождается ростом экономической миграции или как минимум растущим желанием эмигрировать<sup>2</sup>. Имеются многочисленные статистические данные, подтверждающие данную гипотезу, и в будущем мы можем ожидать увеличения мировой миграции. Как показывает история, люди всегда перемещались с территории с ограниченными возможностями развития в более благоприятную среду. В наши дни данная тенденция выражена еще более отчетливо, чем в прошлом, потому что людям известно материальное положение богатых стран и сам процесс перемещения стал в целом более безопасным, чем в предыдущие столетия.

<sup>1</sup> Skidelsky R., Skidelsky E. *How Much is Enough? Money and the Good Life*. L.: Penguin Books, 2012.

<sup>2</sup> Milanovic B. *The Haves and the Have-Nots*. N. Y.: Basic-Books, 2011.

## Выводы

В последнее время был проведен целый ряд исследований в области неравенства доходов и равенства возможностей. Большинство таких исследований представляют национальную концепцию, что означает, что их основная задача состоит в определении некоторых последствий значительного экономического неравенства в конкретной стране. Такой подход неясен, особенно в случае развивающихся стран. Причиной тому является глобализация, которая изменила и продолжает менять точку зрения отдельных людей. Люди больше не сравнивают себя только с соседями и соотечественниками: гораздо чаще они сравнивают себя с жителями богатых стран или теми, кто уехал туда. Таким образом, с точки зрения достаточности исследования все более важную роль начинают играть не местные, региональные или национальные неравенства, а неравенства в общемировом масштабе.

Данное наблюдение важно не только на теоретическом уровне. Также политики и экономисты всякий раз, когда пытаются максимально увеличить уровень равенства возможностей, должны учитывать и тот факт, что максимальное увеличение равенства возможностей становится все более сложным делом, поскольку традиционная точка отсчета — национальное государство — заменяется новой, представляющей собой фиксированный уровень потребления, определяемый моделями, импортированными из богатых стран посредством медиаиндустрии. И на этом этапе у правительства нет инструментов для изменения положения дел.

С нашей точки зрения, есть два варианта смягчения последствий данного феномена. Первый вариант — пример богатых стран с высоким уровнем неравенства доходов, таких как США. Недовольство, вызванное высоким уровнем неравенства, до некоторой степени смягчается широко распространенными в стране мифами и легендами<sup>3</sup>. Например, миф об «американской мечте» заставляет людей верить в то, что все живущие в Соединенных Штатах имеют одинаковый уровень возможностей. Не имеет значения, что несостоятельность концепции «американской мечты» доказана в многочисленных исследованиях, постоянство данной идеи приводит к недоумению<sup>4</sup>. Таким образом, если аналогичный миф или идея популярны в какой-то стране, возможно, нет нужды беспокоиться о фиксированном уровне притязаний.

Второй вариант ограничен и полностью связан с социальными потребностями. Есть возрастающая потребность в их уменьшении. Получить такой результат сложно, и нельзя это сделать немедленно. Но неконтролируемый рост потребностей можно ограничить, уменьшив досягаемость рекламой индустрии. Хорошим примером такой политики может послужить скандинавское телевидение, на котором запрещена реклама во время показа детских передач.

Усилия правительства по сокращению неравенства могут считаться возможным средством решения про-

<sup>3</sup> Malinowski G. *Percepcja nierówności społecznych a rzeczywistość // Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy*. 2014. № 38. S. 118–136.

<sup>4</sup> Wilkinson R., Pickett K. *Duch równości*. Warszawa: Wydawnictwo Czarna Owca, 2011.

блем, вызванных фиксированным уровнем притязаний. Тем не менее это не было бы эффективным решением, поскольку сокращение неравенства в одной стране не меняет ситуацию в целом. Только значительное сокращение неравенства в мировом масштабе может приблизить нас к решению данной проблемы<sup>1</sup>.

Именно тот факт, что благодаря глобализации и унификации западных моделей потребления большинство людей во всем мире имеют одинаковые стремления, может исказить ситуацию с точки зрения мирового порядка. Границы между странами постоянно исчезают или просто не замечаются идеями, бизнесом и технологиями — факторами, которые сами по себе создали виртуальную реальность, все чаще становящуюся более реальной, чем физическая реальность меж-

дународных договоренностей. В этих условиях управление становится все более сложным. Даже успешное правительство с прагматичной политикой, направленной на улучшение условий жизни граждан, может восприниматься как неэффективное, потому что в мире универсальных моделей потребления потребности растут быстрее, чем возможности их удовлетворения. Это создает опасную вероятность роста социального недовольства и одновременно популистской реакции правительств в развивающихся странах.

В настоящее время следует тщательно, опытным путем изучить влияние моделей потребления, установленных на фиксированном уровне, особенно с точки зрения его влияния на политическую стабильность страны.

---

<sup>1</sup> *Milanovic B. Worlds Apart. Princeton : Princeton University Press, 2005.*