

# Современный российский потребитель

Среди наиболее обеспеченных массовых групп российских граждан модель «нормальной жизни» наименее четко определена | **МАРИНА КРАСИЛЬНИКОВА**

Пятнадцать лет назад, в августе 1998 года, в России начался глубокий экономический кризис, который стал первым широкомасштабным рыночным кризисом в новейшей истории нашей страны, то есть произошло системное нарушение экономических пропорций рыночной экономики, что в значительной мере было спровоцировано и затем вновь сбалансировано самими рыночными закономерностями. Для большей части населения случившийся кризис проявился прежде всего в том, что выросли потребительские цены на товары массового спроса, в результате чего обесценились и без того невысокие денежные доходы большинства семей, увеличилась безработица, а те, кто хранил деньги в национальной валюте, к тому же потеряли свои сбережения. Собственно, обвальная девальвация рубля и стала для россиян точкой отсчета, с которой начался кризис, и основным маркером этого события.

Кризис 1998-го стал своего рода рубежом, после которого изменилась динамика многих экономических процессов в нашей стране. Довольно быстро экономика начала восстанавливаться, а последовавшее затем почти десятилетие непрерывного роста стало новым «золотым веком», в течение которого

были восполнены многие потери не только кризисного 1998-го, но и предшествующего периода шоковой терапии начала 1990-х. Более чем трехкратный рост реальных (то есть скорректированных с учетом темпов инфляции на потребительском рынке) личных денежных доходов населения страны не мог не отразиться на уровне жизни, он вызвал сдвиги в структуре потребления и потребительском поведении частных граждан. По существу, образ современного отечественного потребителя формировался именно в рассматриваемый период. Забегая вперед, скажем, что начавшийся в 2008 году еще один экономический кризис не внес существенных изменений в потребительское поведение благодаря активному вмешательству государства, что позволило избежать масштабного ухудшения уровня жизни российских граждан.

Так каков же он — современный российский потребитель? Как далеко он ушел от советского образца и насколько приблизился к рыночным стандартам?

Прежде чем обсуждать штрихи к портрету современного российского потребителя, нужно уточнить, о какой части российского общества идет речь. Одним из важнейших результатов общественно-экономических

трансформаций начала 1990-х стало расхождение общества по уровню материального достатка, личных денежных доходов. Дифференциация личных денежных доходов стремительно нарастала в течение буквально нескольких лет в первой половине 1990-х годов. Более поздние изменения этого показателя были на порядок менее масштабными и только усиливали различия между бедными и богатыми. Процесс оказался настолько стремительным, что за очень короткое время Россия из страны «всеобщего равенства» превратилась в одно из наиболее дифференцированных обществ (если судить по показателям личных денежных доходов).

В данной статье мы будем анализировать российского потребителя, представляющего численное большинство. Но на это численное большинство приходится непропорционально меньшая доля платежеспособного спроса, поскольку в руках наиболее обеспеченной, десятой части российского населения сосредоточено более трети личных денежных доходов, а на 5 проц. самых обеспеченных приходится примерно четверть совокупных личных денежных доходов<sup>1</sup>. Потребительское поведение как раз этой относительно немногочисленной группы обеспеченных и наиболее активных потребителей часто принимается за массовый образец, но в действительности дело пока обстоит иначе. Как и всякая крайняя группа, наиболее богатые люди плохо представлены в массовых опросах населения, особенно когда речь идет о верхних пяти процентах. Точно также в массовых опросах плохо представлены самые бедные, правильнее будет сказать — нищие, слои населения, но при изучении потребительского спроса это представляет собой несопоставимо меньшую проблему, чем трудности учета высокодоходных групп.

### Потребительский *background*

В советское время важнейшие компоненты жизнеобеспечения российских семей — жилище, образование, здравоохранение — были практически полностью выведены из сферы денежного потребления, то есть не входили в круг личных потребностей, удовлетворяемых за счет семейных бюджетов. Это означало, среди прочего, что с семей была снята ответственность за обеспечение столь важных сторон жизни каждого человека. Эта ответственность была возложена на государство, что способствовало широкому распространению иждивенческих и патерналистских настроений. Соответственно, сформировались и глубоко укоренились модели потребления, не связывающие личные денежные доходы с уровнем удовлетворения выше названных потребностей. Таким моделям потребления в советское время соответствовала и система денежных доходов населения. Уровень заработной платы и пенсий определялся с учетом ограниченного круга преимущественно тех личных потребностей, удовлетворять которые нужно было с помощью денежных средств, — в основном питание и одежда. Все остальные товары и услуги либо вообще были бесплатными, либо дотировались государством, то есть уровень платежеспособного спроса на них задавался централизованно.

В позднесоветских условиях (в период застоя, сопровождавшийся консервацией социально-политических структур советского общества) индивидуальные возможности советских людей законным путем существенно увеличить личные денежные доходы и улучшить свой уровень жизни были весьма ограниченными, поскольку дифференциация формальных заработков и пенсий была незначительна. Кроме того, советская идеология равенства не предполагала — и не позволяла — легальных значимых различий в моделях потребления. В связи с этим реализация демонстративной функции потребления была жестко ограниче-

на. Демонстративное потребление не только осуждалось с моральной точки зрения, оно и не могло развивать свои формы, поскольку сфера личного денежного потребления была сфокусирована на обеспечении нужд в питании и одежде. Тем самым искусственно ограничивалось развитие новых, высокостатусных моделей потребления, на которые могли бы ориентироваться нижестоящие (по уровню дохода) слои населения. Фактически культура личного потребления была зафиксирована на самом нижнем уровне иерархии потреби-

в соответствии с которыми можно было бы демонстрировать личные достижения, связанные с материальным преуспеванием, через потребительское поведение. Да и сама идея личных материальных достижений была порицаема. Потребности в самоуважении и признании, естественным образом присущие людям и представляющие собой потребности более высокого уровня, чем простое выживание, реализовывались исключительно через коллективные формы, причем в условиях господства идеологии равенства. Социальная

### “Дифференциация **личных денежных доходов** стремительно нарастала в течение буквально нескольких лет в первой половине 1990-х годов”.

тельских моделей: удовлетворение базовых потребностей в питании и одежде. Советская модель потребительского поведения в рыночных терминах являлась культурным образцом потребления бедного населения. Расходование личных денежных доходов преимущественно на питание и одежду свойственно именно бедным слоям населения в обществе, где существует частная собственность, а удовлетворение личных потребностей опосредовано в первую очередь имеющимися личными денежными доходами, которые потребители свободно используют в соответствии со своим индивидуальным выбором. Из этого не следует, что советское общество было бедным, просто речь идет о том, что удовлетворение многих жизненно важных потребностей (прежде всего жилье, образование и здравоохранение) миновало денежный оборот (полностью или практически полностью, поскольку существовавшие частные практики и кооперативные формы были исключением из правил).

Это означает, что в советском обществе отсутствовали модели потребления, соответствующие различным уровням материального достатка людей. Не было системы образцов,

функция личного потребления материальных благ была искусственно ограничена.

Отсутствие моделей потребления, связанных с различными уровнями достатка, создает труднопреодолимые проблемы, «разрывы», «нормативный вакуум» в процессах реализации социальной функции потребления. Во всех современных обществах, где присутствует личная собственность и существуют различия между отдельными социальными группами, «нормы приличествующих расходов, как и остальные нормы благопристойности, практически устанавливаются теми, кто занимает следующую ступень почтенности ... все установки на определенные уровни потребления восходят постепенным образом к обычаям... самого высокого в социальном и денежном отношении класса»<sup>2</sup>.

В рамках советского общества такие важные элементы высокостатусного набора, как «квартира, машина и дача», были в большей степени связаны не с деньгами, а с иными формами общественных отношений: доступом к специализированным сетям распределения, которые регламентировались партийно-хозяйственными отношениями.

Речь идет именно о системе потребительских моделей, то есть о взаимосвязанном наборе разных структур потребительских расходов и стилей жизни, соответствующих различным уровням материального достатка. В структурированном обществе, где присутствуют различные, иерархически организованные слои населения, образцом потребительского поведения для нижних слоев является образ жизни тех, кто стоит на ступеньку выше по социальной (и имущественной) лестнице. Именно такой системы моделей потребления практически не было в советском обществе, а массово распространенной моделью была модель бедности (напомним, что ее не следует путать с определением советского образа жизни как образа жизни бедного населения), когда денежных ресурсов хватает только на базовые потребности.

В процессе перехода к рыночному обществу, в результате легального (но нелегитимного, по мнению многих) появления массовых слоев населения, существенно различающихся по уровню материального достатка, стала постепенно вырабатываться иерархическая система потребительских моделей поведения. При этом — разумеется, в ускоренном темпе — повторяются все этапы перехода от бедности к достатку со своими гримасами демонстра-

тивного поведения. Однако данный процесс идет очень медленно и затрагивает относительно малую часть российского населения, поскольку у большинства уровень материального достатка по-прежнему едва соответствует выработанной в советское время модели потребительского поведения бедности.

### Потребительские горизонты современных российских семей <sup>3</sup>

За годы экономического роста, которые сопровождались улучшением уровня жизни всех слоев российского населения, произошли существенные изменения в субъективных представлениях людей о своем материальном достатке. В начале 2000-х большинство россиян описывали потребительский статус своей семьи как: «на продукты денег хватает, но покупка одежды вызывает серьезные затруднения» (44 процента). Сейчас наиболее часто встречающейся характеристикой стало другое описание: «денег хватает на продукты и одежду, но покупка товаров длительного пользования является для нас проблемой» (49 процентов). К концу первого десятилетия 2000-х Россия превратилась из общества «наевшихся» в общество «одевшихся» (см. таблицу 1 на с. 38). Но на этом, похоже, изменения пока закончились.

Таблица 1

К КАКОЙ ГРУППЕ ВЫ СКОРЕЕ ВСЕГО ОТНЕСЛИ БЫ СВОЮ СЕМЬЮ? (% ПО СТОЛБЦУ)			
	Сентябрь 2001 года	Июнь 2008 года	Октябрь 2012 года
Мы едва сводим концы с концами, денег не хватает даже на продукты	22	12	9
На продукты денег хватает, но покупка одежды вызывает серьезные затруднения	44	29	22
Денег хватает на продукты и одежду, но покупка товаров длительного пользования является для нас проблемой	27	42	49
Мы можем без труда приобретать вещи длительного пользования. Однако для нас затруднительно покупать такие вещи, как автомобиль, квартира и т.п.	7	17	19
Мы можем позволить себе достаточно дорогие покупки: квартиру, дачу и многое другое	0	1	1

Источник: опросы Левада-Центра по выборке, репрезентирующей мнение городского и сельского населения России в возрасте 18 лет и старше, N=2100 (2001 и 2008 гг.), N=1600 (2012 г.)

Таблица 2

КАКИЕ ЦЕЛИ ВЫ (ВАША СЕМЬЯ) СТАВИТЕ СЕЙЧАС ПЕРЕД СОБОЙ? (% ПО СТОЛБЦУ)	
Выжить, пусть на самом примитивном уровне	10
Жить не хуже, чем большинство семей в Вашем городе	49
Жить лучше, чем большинство семей в Вашем городе	30
Жить так, как живет средняя семья в Западной Европе, США	7
Жить лучше, чем живет средняя семья в Западной Европе, США	2
Затрудняется ответить	3

Источник: опрос Левада-Центра по заказу ЦМИ Сбербанка РФ, проведенный в октябре 2012 года по выборке, репрезентирующей мнение городского (свыше 100 тыс. жителей) населения России в возрасте 18—65 лет, N=6000.

Большая часть российских семей, составляя свой жизненный план, ориентируется непосредственно на образ жизни окружающих. В среднем половина (49 проц.) всех опрошенных считают, что их жизненная цель может быть сформулирована как «жить не хуже, чем большинство семей в нашем городе» (см. таблицу 2 на с. 39). Сложившийся вокруг образ жизни, во-первых, представляется достойным и достижимым ориентиром, и, во-вторых, для большинства он еще полностью не реализован, поскольку формулируется как «цель», а не как достигнутый результат. Более амбициозные цели: «жить лучше, чем большинство семей в нашем городе» — ставит перед собой заметно меньше опрошенных — в среднем 30 процентов. Среди молодых людей в возрасте 18—24 лет, живущих в семьях и имеющих достаточно финансовых средств, чтобы необременительно для семейного бюджета приобретать как минимум предметы домашнего обихода, 39 проц. ставят своей целью «жить не хуже» окружающих, а 44 проц. заявляют о том, что хотели бы «жить лучше». Из числа опрошенных, относящихся к той же группе по уровню материального достатка, но более старших по возрасту, 36 проц. ставят своей целью «жить не хуже», а «жить лучше» — 45 процентов.

Мечты о западном образе жизни пытаются претворить в жизнь в среднем чуть менее 10

проц. респондентов. Примерно столько же вынуждены ограничиваться прямо противоположной задачей — «выжить, пусть на самом примитивном уровне существования».

Сложившийся образ жизни в российских городах задает рамки потребительских запросов большей части населения. На вопрос о том, что такое «нормальная жизнь», в среднем 38 проц. отвечают, что это жизнь обычной городской семьи. Примерно в полтора раза выше (57 проц.) доля тех, кто не согласен с таким определением и считает, что «жить нормально — это жить лучше, чем обычная семья в городе».

Однако, по сути, образ «лучшей жизни» принципиально не отличается от представлений о жизни обычных горожан. И подобная модель стиля жизни свидетельствует о весьма ограниченных потребительских запросах массового российского обывателя, который предпочитает удовлетворить свои текущие запросы и не загадывать на будущее, то есть не формулировать потребительские цели, требующие продолжительного периода и значительных объемов семейных накоплений.

Уровень ежемесячных денежных доходов, обеспечивающих возможность нормальной жизни, оценивается сторонниками жизни «как все» в 27 тыс. рублей, а желающими «жить лучше» — в 39 тыс. рублей. Однако средние оценки во втором случае имеют существенно большую дисперсию.

Большинство людей и в первой, и во второй группах были бы удовлетворены доходами в пределах одной тысячи евро в месяц <sup>4</sup>. Ежемесячные доходы до 40 тыс. рублей на члена семьи назвали девять из десяти (88 проц.) из числа тех, кто определяет нормальную жизнь как ту, которой живут обычные люди в их городе, и три четверти (76 проц.) тех, кто считает, что нормальная жизнь должна быть лучше, чем в среднем у их соседей.

Предложенное респондентам в ходе опроса довольно обширное и не слишком амбициозное описание образа жизни, повседневных хлопот современной городской семьи включает как текущие потребности, начиная с питания, так и обеспечение жильем, поддержание и развитие того, что именуется «человеческим капиталом» (образование, здоровье и отдых).

Прежде всего отметим отсутствие значимых различий в представлениях людей, по-разному рисующих себе образ «нормальной жизни» («как все» или «лучше большинства»). И для тех, и для других большая часть из предложенных характеристик образа жизни городской семьи пока недостижимы, поскольку они воспринимаются как элемент образа жизни «богатой семьи». А большинство наших соотечественников никак не считают себя богатыми.

Безусловными признаками богатства для российского горожанина являются наличие в семье более двух автомобилей, второе жилье, уровень доходов главы семьи, позволяющий не работать другим ее членам, и денежные сбережения в размере более полумиллиона рублей. Более 80 проц. опрошенных отнесли эти характеристики к образу жизни бога-

Таблица 3

ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О СТИЛЕ ЖИЗНИ ГОРОДСКИХ СЕМЕЙ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ОПРЕДЕЛЕНИЯ «НОРМАЛЬНОЙ» ЖИЗНИ: НОРМА — «КАК ВСЕ» ИЛИ НОРМА — «ЛУЧШЕ ДРУГИХ» (ЧТО МОЖЕТ ПОЗВОЛИТЬ СЕБЕ ОБЫЧНАЯ СЕМЬЯ, А ЧТО — ТОЛЬКО БОГАТАЯ СЕМЬЯ; КАКИЕ ЭЛЕМЕНТЫ ОБРАЗА ЖИЗНИ НЕ ЗАВИСЯТ ОТ УРОВНЯ МАТЕРИАЛЬНОГО ДОСТАТКА (% ПО СТОЛБЦУ, ЛЮБОЕ ЧИСЛО ОТВЕТОВ) <sup>5</sup>						
Элементы образа жизни	Обычная семья		Богатая семья		Не зависит от достатка	
	как все	лучше других	как все	лучше других	как все	лучше других
	N = 1716	N = 2428	N = 2280	N = 3420	N = 1230	N = 1638
квартира оборудована современной техникой	38	42	60	58	20	24
качественное питание	67	65	31	35	34	38
есть садовый участок, летний домик	63	67	29	28	43	47
регулярно проводить досуг вне дома	24	26	65	68	26	26
у каждого члена семьи есть отдельная комната	26	29	65	67	24	21
сбережения свыше 500 тыс. рублей	5	7	93	91	6	6
есть второе жилье, не для сдачи внаем	9	9	82	85	18	15
два и более автомобиля в семье	9	12	87	86	11	10
достаточно доходов только главы семьи	11	12	80	84	14	9
качественное медицинское обслуживание	17	18	77	77	16	15
регулярные поездки на отдых	19	23	74	73	20	20
следят за своим здоровьем, занимаются спортом	33	37	50	51	44	45
качественное образование детей	28	28	59	64	32	29

Источник: опрос Левада-Центра по заказу ЦМИ Сбербанка РФ, проведенный в октябре 2012 года по выборке, репрезентирующей мнение городского (свыше 100 тыс. жителей) населения России в возрасте 18—65 лет.

чей, и только каждый десятый (и менее) считает, что обычная семья тоже может себе это позволить. Практически все остальные признаки (кроме качественного питания и садового домика) также воспринимаются как признаки богатства, что свидетельствует о низком уровне удовлетворения соответствующих потребностей.

Другие данные исследования подтверждают приведенный выше размер «достойных», приличествующих состоятельным людям личных сбережений. Эта цифра примерно

схой семьи. Такого мнения придерживается максимальная доля респондентов (примерно 65 процентов). Все остальные признаки реже признаются характерными для обычной семьи.

Граница между тем, что воспринимается как устоявшийся образ жизни, и тем, что считается богатством, сейчас пролегает по признаку обустройства жилья современной бытовой техникой. Примерно 40 проц. опрошенных полагают, что большинство городских семей уже могут себе позволить приобретение бытовой техники, но тех, кто

## **“Нормальное питание и летний домик — вот единственные безоговорочные признаки жизненного уровня обычной городской семьи”.**

вдвое выше, чем усредненное представление о минимальной сумме средств, которые можно расценивать как сбережения — примерно 270 тыс. рублей (суммы равные или меньше этой назвали три четверти опрошенных). Указанные 500 тыс. рублей примерно вдвое превышают уровень среднедушевого годового дохода жителей нашей страны (если ориентироваться на данные Росстата РФ<sup>6</sup>). Таким образом, речь идет о значимых суммах, но только если говорить об удовлетворении текущих потребностей. Этих средств может хватить на «бюджетный» автомобиль или на первый ипотечный взнос для покупки скромного жилья (на грани «спартанских» официальных норм обеспеченности общей площадью жилья). Это и есть рамки потребительских запросов большинства российских семей.

Но по большей части актуальны текущие потребности, которые и регулируют фактическое массовое потребительское поведение. Нормальное питание и летний домик (чаще оставшийся от «прошлой жизни», но об этом позже) — вот единственные безоговорочные признаки жизненного уровня обычной город-

по-прежнему видит признаки богатства в наличии автоматических домашних помощников (около 60 проц.), пока все же больше. В оценке данного вида товаров как характеристики обычной или богатой жизни наблюдается наименьший разрыв, что дает возможность рассматривать потребительские расходы на эти цели как наилучший объект для *демонстративного потребления, наиболее массовый инструмент для обозначения социального статуса*. Современная технологическая оснащенность домашнего быта уже доступна многим, но далеко не всем. Ее можно обеспечить за счет приемлемых материальных затрат (что делает ее массовой, а не элитарной), но все же она связана с определенными финансовыми трудностями (что является необходимым условием того, чтобы конкретный вид расхода приобрел признаки престижности). Все эти обстоятельства приводят к тому, что оснащение домашней техникой становится основной, наиболее актуальной заботой большинства российских семей и задает практические рамки финансового поведения.

Приведенные в таблице 3 (см. с. 40) данные свидетельствуют о том, что второй по

важности приоритет массового российского потребителя – это затраты на организацию отдыха. В настоящее время три четверти опрошенных (77 проц.) воспринимают регулярные поездки на отдых как прерогативу богатых людей, и лишь каждый пятый (19–23 проц.) считает, что такой возможностью располагает большинство семей.

Опрошенные часто не связывают некоторые виды потребления и направления потребительских расходов с уровнем материального достатка. Помимо прочего, это означает, что подобные виды потребления не рас-

оставшемуся в наследство от советских времен (43–47 проц. считают, что этот признак не связан с доходами семьи). Отчасти по этой причине наличие просторного жилья («у каждого члена семьи есть отдельная комната») не стало одним из лидирующих признаков богатства, а значительная часть опрошенных (21–24 проц.) полагает, что этот признак не зависит от материального достатка. До сих пор весьма распространена ситуация, когда обретенное еще в советское время жилье, сохраняется во владении бедных семей, которые по разным причинам отказываются

## **“Возможность получения качественного образования люди также весьма часто не ставят в зависимость от материального достатка”.**

считаются как элементы престижности, в той или иной мере они лишены социальной функции, подтверждающей общественный статус их носителя. Происходит это по разным причинам.

Первая причина, представляющая собой универсальное условие, при котором утрачиваются качества/свойства престижности, – это настолько полный и всеобщий уровень удовлетворения некоторой потребности, что создается ситуация «равенства» – «это есть у всех». Именно таким образом респонденты относятся к возможности обеспечить себе качественное питание: 38 проц. полагают, что данный элемент образа жизни не зависит от уровня материального достатка.

Вторая причина связана с тем, что тот или иной вид потребления может «прийти из прошлого», может быть унаследован от предшествующих структур потребления и социальной гратификации, и потому он уже не связан с современными потребительскими целями и возможностями их удовлетворения. Наличие «садового участка и летнего домика» как раз и относится к такому типу,

конвертировать его в денежные доходы (сдавать внаем, продать) и тем самым поставить в соответствие текущие денежные доходы и унаследованное имущество. Однако возможно, что отношение населения к приобретению жилья связано и с третьей группой причин.

Эта третья группа причин, по которым потребительское поведение перестает служить признаком социального статуса индивида, представляет наибольший интерес. В отличие от первых двух, отражающих либо полное удовлетворение потребности (первая группа причин), либо смену механизмов ее удовлетворения (вторая группа причин), здесь речь идет о потребностях, до которых общество еще «не доросло». К такого рода потребностям в данном случае относятся те, что еще не стали массовыми, в том числе из-за их дороговизны. При этом неактуализированность подобной неразвитой потребности, как правило, не осознается массовым потребителем как результат недостижимо высокой цены. Тот факт, что люди отказываются удовлетворять ту или иную потреб-



Таблица 4

ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О СТИЛЕ ЖИЗНИ ГОРОДСКИХ СЕМЕЙ СРЕДИ ТЕХ, КТО СТАВИТ СЕБЕ ЦЕЛЬ «ЖИТЬ, КАК СРЕДНЯЯ СЕМЬЯ В ЗАПАДНОЙ ЕВРОПЕ, США» ИЛИ ЛУЧШЕ. (ЧТО МОЖЕТ ПОЗВОЛИТЬ СЕБЕ ИМЕТЬ ОБЫЧНАЯ СЕМЬЯ, А ЧТО — ТОЛЬКО БОГАТАЯ СЕМЬЯ, КАКИЕ ЭЛЕМЕНТЫ ОБРАЗА ЖИЗНИ НЕ ЗАВИСЯТ ОТ УРОВНЯ МАТЕРИАЛЬНОГО ДОСТАТКА) (% ПО СТОЛБЦУ, ЛЮБОЕ ЧИСЛО ОТВЕТОВ) <sup>7</sup>			
Элементы образа жизни:	Обычная семья	Богатая семья	Не зависит от достатка
	N = 365	N = 511	N = 262
квартира оборудована современной техникой	48	52	26
качественное питание	62	34	40
есть садовый участок, летний домик	62	30	47
регулярный проводить досуг вне дома	35	62	25
у каждого члена семьи есть отдельная комната	28	66	20
сбережения свыше 500 тыс. рублей	11	84	11
есть второе жилье, не для сдачи внаем	11	84	13
два и более автомобиля в семье	14	82	12
достаточно доходов только главы семьи	17	77	14
качественное медицинское обслуживание	20	73	17
регулярные поездки на отдых	27	67	24
следят за своим здоровьем, занимаются спортом	44	43	48
качественное образование детей	36	55	33

Источник: опрос Левада-Центра по заказу ЦМИ Сбербанка РФ, проведенный в октябре 2012 года по выборке, репрезентирующей мнение городского (свыше 100 тыс. жителей) населения России в возрасте 18—65 лет.

ность, они объясняют ее «ненужностью», «нецелесообразностью», «отсутствием привычки», «достаточностью того, что есть», в конечном счете — «не хочу». В этом случае такого рода потребность даже не учитывается при структурировании семейного бюджета и перестает «зависеть от материального достатка» <sup>8</sup>.

Помимо жилья, в рассматриваемом списке к подобным элементам стиля жизни относится все, что связано с понятием «здорового образа жизни». Едва ли не половина опрошенных (44—45 проц.) уверены в том, что привычка «следить за своим здоровьем, регулярно заниматься спортом, посещать фитнес-клубы» не зависит от материального достатка. Возможность получения качественного образования люди также весьма часто не ставят в зависимость от материального достатка (32—29 процентов).

Приоритеты потребительских запросов большей части российских семей, на которые они ориентируются, формируя свои семейные бюджеты, сосредоточены на удовлетворении текущих потребностей, а не на более ресурсоемкой задаче, к примеру, обеспечении жильем. Что же касается сохранения и наращивания человеческого капитала, то задачи подобного рода отодвигаются на самый дальний план.

Российские городские семьи достаточно редко заявляют о своем стремлении жить по западному образцу. В среднем только каждый десятый респондент сообщил, что ставит перед собой цель — «жить так, как живет средняя семья в Западной Европе, США» (в данном случае речь идет о стремлении жить «лучше, чем у нас») (7 проц.) или еще лучше (2 процента). Потребительские горизонты таких респондентов принципиально не отли-

чаются от среднероссийских (см. таблицу 4 на с. XX), хотя 80 проц. из них считают, что нормальная жизнь — это жизнь лучше, чем в среднем живет семья в российском городе.

Сторонники западного образа жизни предлагают примерно те же типичные характеристики богатой и обычной семьи. При этом оборудование жилья современной бытовой техникой почти не рассматривается как признак богатства: примерно половина опрошенных относит этот признак и к обычной семье (48 проц.), и к богатой (52 процента). В этой группе опрошенных «регулярные поездки на отдых» заметно чаще воспринимаются как обычное поведение (27 процентов).

Среди семей, ориентирующихся на западный образ жизни, удовлетворение запросов на здоровый образ жизни и качественное образование по-прежнему часто не ставится в зависимость от уровня материального

достатка. Но существенно увеличивается доля тех, кто считает это нормой, стилем жизни обычной семьи. Особенно это касается заботы о здоровье (44 проц. полагают, что регулярные занятия спортом и т. п. входят в образ жизни обычных городских семей). Эта западная тенденция (мода) быстро закрепляется в структуре потребностей семей по мере возникновения необходимых условий (прежде всего материальных). Ценность качественного образования с большим трудом проникает в массовое сознание и пока не находит в нем четкого отражения. Те потребители, которые ориентируются на западный образ жизни, более чем в половине случаев (55 проц.) уверены, что качественное образование труднодоступно (и относят его к признакам образа жизни богатой семьи).

Из-за того что структура потребностей развивается медленно, купируется чувство

Рисунок 1

**СУБЪЕКТИВНЫЕ ОЦЕНКИ ЧАСТОТЫ ЭКОНОМИИ НА ТЕКУЩИХ РАСХОДАХ (ЗА ТРИ МЕСЯЦА ДО ОПРОСА ПРИХОДИЛОСЬ ИЗ-ЗА НЕДОСТАТКА ДЕНЕГ ОТКАЗЫВАТЬСЯ ОТ ...)**



Источник: опрос Левада-Центра по заказу ЦМИ Сбербанка РФ, проведенный в октябре 2012 года по выборке, репрезентирующей мнение городского (свыше 100 тыс. жителей) населения России в возрасте 18—65 лет, N=6000.

ущербности, социальной эксклюзии, возникающее в связи с постоянной необходимостью экономить деньги, невозможностью удовлетворить сформировавшиеся потребности. Поскольку запросы в основном сосредотачиваются на текущих целях, как уже неоднократно говорилось выше, это дает возможность в довольно полной мере удовлетворять свои текущие потребности. По субъективным оценкам, примерно три четверти городских жителей считают, что их денежных доходов *достаточно* для текущих нужд (см. рисунок 1 на с. 44). В среднем реже чем один из десяти опрошенных сообщает о том, что вынужден из-за недостатка денег постоянно ограничивать свою семью в питании, одежде, товарах повседневного обихода, общении с друзьями и родственниками, а также в возможности поддерживать здоровье и получать необходимое лечение.

Средняя городская семья значительно чаще (в одном случае из четырех) вынуждена экономить на бытовых услугах и развлечениях. Наибольшая доля семей постоянно экономит (а отсюда стойкое ощущение неудовлетворенной потребности) на организации отдыха (в том числе отпуска). Доля таких ответов составляет в среднем 30 процентов. Но все же больше тех, кому очень редко или вообще никогда не приходится отказываться от поездки на отдых из-за недостатка средств — таких 38 процентов. Более половины городских жителей практически не чувствуют финансовых ограничений в удовлетворении прочих текущих расходов.

Итак, в результате того, что актуальные потребительские запросы ограничены рамками потребностей в питании, одежде, товарах домашнего обихода, возникает ситуация, при которой все имеющиеся денежные доходы направляются в первую очередь на текущее потребление. Экономия на текущих расходах ради более дорогостоящих приобретений (например, жилья) не входит в число широ-

ко распространенных моделей поведения. Долгосрочное планирование семейных бюджетов остается идеальным пожеланием, пока редко реализуемым на практике.

### Заключение

Несмотря на то что в «нулевые» годы, до кризиса, уровень благосостояния массовых слоев населения нашей страны неизменно возрастал, переход к более высоким стандартам потребления, необходимым для того, чтобы реализовать либеральную модель удовлетворения личных потребностей семей за счет собственных средств, по-прежнему блокируется. Эта блокировка связана с тем, что широким слоям населения недоступны высокие заработки, а также с пенсионной системой, которая все в большей степени превращается в систему социального обеспечения для бедных. Вместо того чтобы стимулировать высокую трудовую активность, которая позволяла бы увеличивать личные денежные доходы большей части российских граждан, укрепляется система государственного распределения минимальных социальных стандартов, а как только возникают те или иные возможности заработков, превышающих достигнутый средний уровень, сразу же включается механизм административных барьеров и коррупции.

Среди наиболее обеспеченных массовых групп российских граждан модель «нормальной жизни» наименее четко определена, или, скорее всего, здесь начинают складываться разные модели потребления, связанные со свободным выбором образа и стиля жизни. Образцом здесь служит стоящая выше по уровню доходов группа, которая уже не является массовой и образ жизни которой можно лишь реконструировать по телесериалам и слухам. Отсутствие зримых образцов существенно затрудняет реализацию демонстративной функции потребления, вносит элемент дезориентированности. В резуль-

тате представители сегодняшней массовой высокодоходной группы продолжают либо воспроизводить образцы потребления нижестоящих по уровню доходов групп, либо пытаются заимствовать доступные элементы стиля жизни тех, кто стоит не на одну, а на несколько ступенек выше — «богатых людей из телевизора» (или, точнее, следующая ступенька столь высока, что на практике трудно преодолима). А чаще — и то и другое.

В любом случае и без того скудные материальные ресурсы используются явно неэффективно. Дело в том, что стили жизни, которые вырабатывает любое иерархически организованное общество, модели потребления социальных слоев населения с разным уровнем дохода устроены таким образом, что на каждом этапе в качестве ориентира выступает достигнутый обществом в целом средний уровень экономического и социального развития. Торстейн Веблен, рассматривая причины усиления роли демонстративного потребления, которое по мере социально-экономического развития становится более популярным свидетельством социального статуса и постепенно замещает демонстративную праздность, вводит понятие «инстинкт мастерства», определяя его как врожденный фактор,

регулирующий человеческое поведение и удерживающий человека от неэффективных трат и тщетных усилий. Инстинкт мастерства «склоняет к резкому осуждению расточительных затрат времени и сил... как бы ни было расхождение расточительным в действительности, оно должно иметь благовидное оправдание, что-нибудь вроде показной цели»<sup>9</sup>. Это накладывает практические ограничения на виды потребительских расходов, которые наилучшим образом реализуют функцию демонстративного потребления. Демонстративное потребление должно быть одобрено обществом как способствующее его развитию.

Современный мировой уровень социально-экономического развития выдвигает на первый план значимость человеческого капитала. Таким образом, потребительские расходы, которые способствуют наращиванию человеческого капитала (образование, культурное развитие, здравоохранение в широком смысле, с упором на здоровый образ жизни), становятся модными и, следовательно, наиболее пригодными для демонстративного расточительства, демонстративного потребления. В массовое сознание современного российского общества эти идеи еще не проникли. ■

**ПРИМЕЧАНИЯ** <sup>1</sup> См.: Суворов А.В. Проблемы оценки дифференциации доходов населения современной России // Проблемы прогнозирования. 2008. № 2.

<sup>2</sup> Веблен Т. Теория праздного класса. М.: Прогресс, 1984. С. 135.

<sup>3</sup> Приведенные ниже результаты анализа потребительских ориентаций российских городских семей опираются на данные исследования, выполненного Левада-Центром в 2012 году по заказу ЦМИ Сбербанка РФ. В рамках этого исследования по репрезентативной выборке было опрошено 6 тыс. респондентов в возрасте от 18 до 65 лет, представляющих мнение жителей российских городов с численностью населения свыше 100 тыс. жителей.

<sup>4</sup> Именно этот уровень дохода, согласно последним данным Росстата РФ, соответствует нижней границе самой обеспеченной децильной группе: доходы свыше 45 тыс. рублей в месяц (до вычета налогов) в июне 2013 года имели 10,5 проц. населения России. См.: Краткосрочные экономические показатели // Бюллетень Росстата РФ. Июнь 2013.

<sup>5</sup> Представленные в таблице переменные, характеризующие различные элементы образа жизни семей, построены на основании ответов на серию индивидуальных вопросов о каждом отдельном элементе с просьбой указать, подходит ли данное описание к обычной семье (код 1) или это может себе позволить только богатая семья в том городе (код 2), где живет респондент. Далее все упоминания кода 1 или кода 2 были объединены в две отдельные переменные — «обычная семья» и «богатая семья». Третью переменную — «не зависит от материального достатка» — составили коды 3, то есть ответы, что соответствующий элемент не зависит от материального достатка. Способ построения расчетных переменных предполагает, что если респондент не упомянул ни один из элементов как относящийся, например, к описанию образа жизни «обычной» семьи, то его мнение вообще не учитывается в приведенных распределениях ответов. Например, опрошенный считает, что все перечисленные элементы образа жизни относятся только к богатым семьям или только к обычным семьям. Вне рассмотрения остаются случаи, когда ни одно из описаний не соответствует либо обычным семьям, либо богатым семьям,

либо не может служить признаком материального достатка семьи. Но это очень важная характеристика, которая описывает, условно говоря, «нулевую точку отсчета». Расчеты показали, что практически все респонденты (99 проц.) отметили принадлежность хотя бы одного признака к описанию богатых семей, и только примерно три четверти (71–75 проц.) считают, что в лучшем случае одно из предлагаемых описаний доступно обычной городской семье (остальные, соответственно, скорее всего только богатым). Последнее означает, что четверть опрошенных уверена в том, что все приведенные характеристики образа жизни недоступны обычным городским российским семьям. Не более половины опрошенных (48–54 проц.) хотя бы однажды упомянули, что перечисленные описания не имеют прямого отношения к уровню материального достатка, следовательно, вторая половина придерживается мнения, что все определяется доходами семей.

<sup>6</sup> В третьем квартале 2012 года средняя заработная плата составила 26 127 рублей в месяц, а среднемесячные доходы — 22 627 рублей (см.: Краткосрочные экономические показатели РФ. Окт. 2012). Если ориентироваться на эти данные, годовой доход жителя России составляет в среднем примерно 270 тыс. рублей.

<sup>7</sup> Как и в среднем по всем опрошенным, среди ориентирующихся на западный образ жизни также примерно четверть респондентов считают, что обычная российская городская семья не может себе позволить ничего из перечисленного, а половина — что указанные элементы образа жизни не зависят от уровня материального достатка.

<sup>8</sup> Такое положение дел поддерживается социальным механизмом «моды». Всегда и везде модными становятся виды потребления и отдельные товары, которые наилучшим образом позволяют решать две взаимосвязанные задачи: с одной стороны, доступны по цене, но с другой — требуют напряжения финансовых усилий (то есть обладают свойством роскошности). Пока тот или иной вид потребления не окажется финансово доступным массовому потребителю, он не станет обязательным элементом образа жизни. Зато, став таковым, он обретает свойства «очевидности», «естественной необходимости».

<sup>9</sup> Веблен Т. Указ. соч. С. 127.