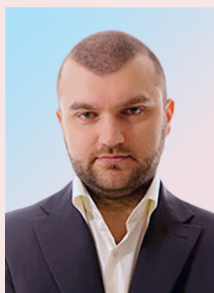


## Общество потребления и социальное развитие: моделирование статистических взаимосвязей



**Николай Сергеевич**

**БАБИЧ**

Институт социологии ФНИСЦ РАН

Москва, Российская Федерация

e-mail: sociolog@mail.ru

ORCID: 0000-0001-8697-3038; ResearcherID: I-5630-2016



**Иван Владимирович**

**БАТЫКОВ**

Институт социологии ФНИСЦ РАН

Москва, Российская Федерация

e-mail: pub@socexpertiza.ru

ORCID: 0000-0002-9026-5824; ResearcherID: AHD-4350-2022

**Аннотация.** В статье предпринята попытка эмпирически оценить связи процесса консьюмеризации с различными показателями социального развития. Эти показатели, как и сам процесс консьюмеризации, рассматриваются авторами на макросоциальном уровне – в качестве характеристик обществ. Последние приравниваются к национальным государствам, суверенитет которых превращает каждое из них в своего рода длительный социальный эксперимент. На материале таких «экспериментов» авторами предпринята попытка определить, как связана с показателями социального развития степень экспансии в тех же странах общества потребления. Для достижения поставленной цели анализируются способы измерения консьюмеризации обществ и их социального развития, а затем проводится корреляционный анализ доступных данных.

**Для цитирования:** Бабич Н.С., Батыков И.В. (2022). Общество потребления и социальное развитие: моделирование статистических взаимосвязей // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. Т. 15. № 5. С. 189–202. DOI: 10.15838/esc.2022.5.83.10

**For citation:** Babich N.S., Batykov I.V. (2022). Consumer society and social development: Modeling statistical relationships. *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*, 15(5), 189–202. DOI: 10.15838/esc.2022.5.83.10

Он позволяет осуществить проверку двух конкурирующих гипотез: отрицательного либо положительного влияния общества потребления на такие аспекты, как свобода, просвещение, равенство, безопасность и счастье. В ходе анализа статистических связей сделан вывод о том, что более высокий уровень консьюмеризации ассоциируется с более высоким уровнем социального развития, по крайней мере по некоторым показателям, таким как уровень свободы, гендерное равенство и субъективное благополучие. Корреляция с этими индикаторами сохраняется даже при введении поправки на среднедушевой валовой внутренний продукт. Наличие статистически значимых устойчивых связей с социальным развитием и отсутствие каких-либо связей с социальной деградацией позволяют сделать предварительный вывод об опровержении базовой гипотезы критики консьюмеризма и подтверждении правоты его проponentов. Однако проведенный авторами анализ подтверждает связь общества потребления с социальным развитием, основываясь на данных, в каком-то смысле отформатированных самим обществом потребления. Поэтому для окончательной проверки конкурирующих гипотез необходима разработка новых, критически ориентированных количественных показателей социального развития.

**Ключевые слова:** консьюмеризация, общество потребления, социальное развитие, корреляционный анализ, свобода, равенство, безопасность, просвещение, субъективное благополучие, «хорошее общество».

### Введение

Понятие «общество потребления» получило широкое распространение в социальных науках только с середины XX века (Sassatelli, 2007, pp. 2–3), причем подготовка к его социологическому осмыслению и основная работа по интерпретации феномена «потребления» осуществлялась в неомарксистской среде, в рамках разработки «критической теории» и, прежде всего, критики казавшихся тогда тупиковыми путей развития капитализма (Kellner, 1983). С негативными оценками различных проявлений консьюмеризации выступали Г. Маркузе (Маркузе, 1994), Э. Фромм (Фромм, 1990), М. Хоркхаймер и Т. Адорно (Хоркхаймер, Адорно, 1997) и другие представители Франкфуртской школы, риторику которых позднее подхватили левые постмодернисты, такие как Ф. Джеймисон (Джеймисон, 2000) и Ж. Бодрийяр (Бодрийяр, 2006). Базовая гипотеза, лежащая в основе критики общества потребления, состоит в том, что с помощью методов продвижения товаров оно подменяет истинные ценности ложными, закрывая пути полноценного социального развития (Gilbert et al., 2021). Вследствие большого влияния критической теории и постмодернизма на социальные науки сам термин «общество потребления» приобрел прочные отрицательные коннотации и практически превратился в пейоратив, сегодня чаще всего читаемый как «общество безудерж-

ного потребления» или «общество, в котором потребление ценится превыше всего». Этому подходу в основном придерживаются и отечественные социологи (Ильин, 2005; Козловский, 2011; Овсянников, 2011). Для России справедливость критического подхода подкрепляется совпадением по времени экспансии идеологии потребительства и социальной деградации государства в 80-х – 90-х годах XX века. Коллизия между консьюмеризацией общества и нарастанием дефицита в позднем СССР еще плохо изучена (Зубкова, 2020), однако несомненно, что она предопределяет травматическое восприятие потребительской культуры на всем постсоветском пространстве, включая Россию (Яковенко, 2021).

Однако, как обычно бывает, в истории социальной мысли существует и противоположная теоретическая традиция. Менее популярная, она, тем не менее, предлагает собственную целостную интерпретацию общества потребления не как тупика, а как закономерной стадии экономического и социального развития, связанной с существующим впервые в истории насыщением *базовых* материальных и культурных потребностей (Katona, 1964). Имеющее свои издержки, такое общество, очевидно, все-таки может быть более предпочтительным по сравнению с обществами массовой бедности, существовавшими в прошлом. Причем предпо-

чительность эта не ограничивается только относительной сытостью, здоровьем и бытовыми удобствами. Многие теоретические модели, такие как иерархия мотивации А. Маслоу (Маслоу, 1999) или стадии экономического развития У. Ростоу (Ростоу, 1973), предсказывают, что именно с удовлетворением базовых потребностей открываются новые возможности для культурного и личностного роста, а также политического участия (Chessel, Dubuisson-Quellier, 2018). Следовательно, общество потребления, превосходящее предшествующие стадии развития в области обеспеченности товарами и услугами, в действительности может быть мостом к следующему – культурному этапу социального развития. Во всяком случае, в исторической ретроспективе становление современной потребительской культуры оказывается тесно связанным с идеями Просвещения (Kwass, 2022).

На первый взгляд, противоречия между двумя направлениями в осмыслении общества потребления могут показаться в принципе неразрешимыми, ведь они основываются на разных ценностных подходах: в одном случае во главу угла ставится достоинство человека как свободного и мыслящего существа, во втором – как заслуживающего комфортных и безопасных условий существования. Но поиски нормативной основы для оценки обществ, то есть попытки разработать модели «хорошего общества» – давно стали если не магистральным, то, по крайней мере, вполне респектабельным направлением социальных исследований (Федотова, 2005). Таким образом, вопрос о том, насколько «хорошим» является общество потребления, представляет ли оно шаг вперед в социальном развитии, имеет все основания быть заданным и достаточно часто задается. К сожалению, в литературе он рассматривается не на основе систематических статистических сравнений, а преимущественно в рамках анализа отдельных трендов, таких как роль консьюмеризма в устойчивом развитии (Cohen, 2016), экологии (Smart, 2010) или качестве жизни (Nevarez, 2011). Причем этот анализ часто граничит с публицистикой по преобладанию импрессионистских, окрашенных субъективизмом авторских суждений. Причиной тому является недостаток строгости дефиниций общества потребления (Lofgren, 1994, p. 50; Fine,

2002, p. 155) и, как следствие, недостаточность операционализации самого этого понятия, отсутствие перевода его на язык количественных индикаторов.

В статье предпринята попытка эмпирически оценить связи процесса консьюмеризации с различными показателями социального развития. Такая оценка представляет теоретический интерес, поскольку позволяет выдвинуть аргументы в пользу одной из двух рассмотренных выше моделей общества потребления. Практический же интерес состоит в том, что обоснованный выбор между критикой и поддержкой экспансии консьюмеризма может помочь в рациональном планировании социального развития. Измеряющие его показатели, как и сам процесс консьюмеризации, рассматриваются нами на макросоциальном уровне – в качестве характеристик обществ. В современном мире общества несколько условно, но небезосновательно могут быть приравнены к национальным государствам, поскольку суверенитет последних превращает каждое из них в своего рода длительный натурный социальный эксперимент. На материале таких «экспериментов» мы попытаемся определить, коррелирует ли с показателями социального развития, в разной степени выраженными в разных странах, степень развития в тех же странах общества потребления. Для достижения поставленной цели сначала будут обсуждаться способы измерения всех сопоставляемых параметров, а затем проведен корреляционный анализ доступных данных. Таким образом, предметом предпринятого исследования являются определенные взаимосвязи между имеющимися в распоряжении исследователей статистическими данными, а именно вопрос о том, какой из моделей общества потребления эти взаимосвязи лучше соответствуют.

#### **Измерение степени консьюмеризации**

Общим знаменателем многочисленных определений «общества потребления», встречающихся в литературе, выступает первоочередная роль определенных социальных практик, которые, например, З. Бауман удачно обобщил следующим образом: «Способ, которым сегодняшнее общество „формирует“ своих членов, диктуется в первую очередь обязанностью играть роль потребителей. Нормой,

которую наше общество внушает своим членам, является способность и желание играть эту роль» (Бауман, 2004, с. 116). Но если потребление становится основой для социальной идентичности, а неравенство в нем — основой для социальной структуры, то процесс такой трансформации не может быть односторонним, он должен затрагивать как индивидуальное поведение, так и макросистемные характеристики обществ, то есть платежеспособный спрос (Goodwin et al., 2018) и предложение товаров, прежде всего символически выраженное (Campbell, 2021). Тогда некоторый показатель консьюмеризации обществ может быть построен как комбинация среднелюдиных потребительских расходов (отражающих индивидуальный спрос, ведь решения о покупках всегда принимаются конкретными людьми) и среднелюдиного количества зарегистрированных торговых марок (отражающих макросоциальную интенсивность предложения). В предыдущих исследованиях было эмпирически показано, что натуральный логарифм от произведения этих двух переменных обладает достаточно высокой валидностью в качестве индекса консьюмеризации, а именно — приобретает высокие значения в группе стран с заведомо развитым обществом потребления и низкие — в группе стран с заведомо неразвитым, а также, в полном соответствии с теоретическими предсказаниями, положительно и сильно коррелирует с уровнем развития информационного общества, экономической и культурной глобализацией (Бабич, Батыков, 2022a) и секуляризацией (Бабич, Батыков, 2022b). Таким образом, в качестве показателя развития общества потребления мы будем использовать индекс, рассчитываемый по формуле  $IC = \ln(T \times S)$ , где  $T$  — количество действующих зарегистрированных торговых марок на душу населения,  $S$  — потребительские расходы на душу населения,  $IC$  — индекс консьюмеризации. Количество действующих торговых марок в национальных государствах известно из статистики Всемирной организации интеллектуальной собственности<sup>1</sup>, а численность населения и среднелюдиные потребительские расходы

могут быть получены из базы данных Всемирного банка<sup>2</sup>. Наиболее полные и свежие данные по обоим показателям имеются для 2017 года, соответственно, уровень консьюмеризации обществ мы будем устанавливать именно на этот момент времени.

Так как становление общества потребления тесно связано с экономическим развитием вообще, может быть высказано предположение о том, что именно последнее — выражаемое, например, в среднелюдином уровне ВВП, — является реальным фактором, влияющим на качество социальных систем. Например, в экономически развитых странах качество образования может оказываться выше не из-за экспансии массового потребления, а потому, что государство может позволить себе более высокие расходы на учебные заведения. Тогда наблюдаемые корреляции между развитием общества потребления и чертами «хорошего» общества будут ложными. Чтобы исключить такую возможность, мы будем рассматривать все корреляции не только сами по себе, но и с поправкой на среднелюдиной ВВП (этот показатель также доступен через базу данных Всемирного банка).

#### **Измерение черт «хорошего общества»**

В трактовке социального развития мы не будем привязываться к теоретическим дискуссиям о консьюмеризме и предлагаем рассматривать «хорошее» общество как свободное, просвещенное, обеспечивающее равенство, безопасность и счастье составляющих его людей. Такая трактовка не имеет твердого теоретического обоснования и занимает позицию, близкую к «здоровому смыслу» или, можно даже сказать, «бытовым рассуждениям». Однако в данном случае не столько игнорируется различие между «конструктами первого и второго порядка» (Шюц, 2003), сколько признается прямая генетическая связь между ними. Иными словами, мы принимаем тот факт, что в глазах любого исследователя «хорошим» будет то общество, в котором он сам хотел бы жить, а потому используемые критерии сравнения должны отражать обязательную, хотя и отрефлексированную субъективность.

<sup>1</sup> WIPO IP Statistics Data Center. URL: <https://www3.wipo.int/ipstats/index.htm> (дата обращения 04.05.2022).

<sup>2</sup> DataBank. URL: <https://databank.worldbank.org> (дата обращения 04.05.2022).

Итак, оценивать социальное развитие мы будем как движение к более свободному, просвещенному, обеспечивающему равенство, безопасность и счастье составляющих его людей обществу. Все показатели, репрезентирующие эти черты, также должны быть измерены на уровне национальных государств. Современные межстрановые исследования и международная статистика предоставляют в наше распоряжение достаточно богатый арсенал индикаторов, позволяющий охватить все выделенные направления социального развития. Рассмотрим их по порядку.

Уровень свободы в разных странах мира будет оцениваться нами на основе рейтингов проекта «Свобода в мире» неправительственной организации Freedom House<sup>3</sup>. Он представляет собой консенсус экспертных оценок, основанных на региональных исследованиях, текущих новостях, отчетах правительств и неправительственных организаций и т. п. В число анализируемых аспектов свободы входят избирательный процесс, политический плюрализм и участие, функционирование правительства, свобода слова, право на собрания и создание организаций, верховенство закона, личная автономия и индивидуальные права. Будучи экспертной оценкой, рейтинг свободы Freedom House, несомненно, может быть подвержен субъективным искажениям, возникающим как под влиянием политических событий, так и особенностей восприятия информации. Однако это не просто самый известный показатель такого рода, но и показатель, наиболее активно используемый в исследованиях. Поэтому, хотя мы не должны переоценивать точность позиций стран в рейтинге, отдельные возможные искажения не обесценивают его в качестве индикатора свободы как коррелята консьюмеризации.

Наиболее естественным показателем уровня просвещенности общества служит степень распространения в нем образования. Но разнородность систем образования, а главное, различие их качества очень сильно осложняют любой сравнительный анализ. И если первое обстоятельство еще может быть преодолено, напри-

мер, с помощью приведения показателей образованности к единой количественной мере, такой как потраченные на обучение годы, то второе становится гораздо более существенным препятствием. Понятно, что один год образования, полученного человеком в Швейцарии, совершенно не эквивалентен тому же году образования, полученного в Афганистане. Для того чтобы как-то элиминировать эти нестыковки в межстрановых сопоставлениях, желательно использовать именно оценку общего качества системы образования, данную по некоторой единой числовой шкале. Такая оценка может быть найдена в докладах о глобальной конкурентоспособности Всемирного экономического форума<sup>4</sup>. Она основана на результатах опроса 14375 руководителей бизнеса в 148 странах, проведенного с февраля по июнь 2017 года. Все руководители отвечали на вопрос «Насколько в Вашей стране система образования отвечает нуждам конкурентной экономики?» по шкале от 1 (совершенно не соответствует) до 7 (полностью соответствует). Хотя этот вопрос имеет скорее экономическую, чем просвещенческую направленность, нельзя не заметить, что важнейшей прагматической целью системы образования является удовлетворение спроса на квалифицированную рабочую силу, поэтому мнение работодателей может служить хорошим индикатором качества образования в целом.

Следующим интересующим нас аспектом социального развития является сокращение неравенства. Оно может идти в различных направлениях, из которых универсальными и наиболее важными представляются два: экономическое и гендерное. Разделение между бедными и богатыми и между мужчинами и женщинами присутствует во всех современных обществах, и именно эти разделения так или иначе затрагивают большинство жителей любой страны. Экономическое неравенство будет проанализировано нами с помощью показателя, предлагаемого для этих целей Программой развития ООН<sup>5</sup>. Он представляет собой отно-

<sup>4</sup> Reports – World Economic Forum. URL: <https://reports.weforum.org> (дата обращения 04.05.2022).

<sup>5</sup> United Nations Development Programme Human Development Reports. Income inequality, quintile ratio. URL: <https://hdr.undp.org/en/indicators/135106> (дата обращения 04.05.2022).

<sup>3</sup> Freedom in the World. URL: <https://freedomhouse.org/report/freedom-world> (дата обращения 04.05.2022).

шение доходов 20% самых богатых жителей каждой страны к доходам 20% самых бедных. Индекс гендерного неравенства, используемый в рамках той же Программы развития<sup>6</sup>, учитывает различия в положении мужчин и женщин с точки зрения репродуктивного здоровья, прав и рынка труда.

Под безопасностью проживания в обществе мы будем понимать прежде всего бытовую, повседневную безопасность, наиболее явную угрозу которой обычно составляет криминальное насилие. В качестве индикатора безопасности нами был использован показатель числа убийств на 100 тысяч человек населения. Он наиболее подходит для анализа по двум причинам. Во-первых, скорее всего это наиболее достоверный статистический индикатор преступности, так как убийство из всех рядовых преступлений труднее всего скрыть или сфабриковать, следовательно, для статистики по убийствам имеются наименьшие шансы быть заниженной или завышенной. Во-вторых, это преступление, напрямую и наиболее сильно влияющее на безопасность. Статистика уровня убийств была получена из базы данных Управления ООН по наркотикам и преступности<sup>7</sup>.

Наконец, последний рассматриваемый аспект социального развития – счастье – относится к наиболее трудноопределимым. Мы предлагаем рассматривать его в двух измерениях: установок и поведения. В поведенческом измерении об уровне счастья можно судить от противного, рассматривая в качестве обратного ему индикатора уровень самоубийств, приводимый Всемирной организацией здравоохранения<sup>8</sup>. Конечно, этот индикатор, как и всякий другой, не идеален, потому что может подвергаться влиянию культурных особенностей (так, отно-

шение к самоубийствам существенно отличается в разных религиозных традициях). Тем не менее суицид представляется не только достаточно очевидным следствием несчастной жизни, но и действием, требующим максимального усилия со стороны актора, и если уж оно предпринимается, то свидетельствует об очень сильной мотивации. Это, так сказать, поведенческий индикатор *rag excellence*. С точки зрения измерения установок нам важны самоотчеты жителей разных стран. Одна из наиболее обширных коллекций таких самоотчетов может быть получена в базе данных Международного индекса счастья<sup>9</sup>. Она представляет собой усредненные по странам самооценки удовлетворенности жизнью по шкале в виде «лестницы», на нижней ступени которой находится наихудшая, а на верхней – наилучшая возможная жизнь. Эти самооценки собраны в ходе всемирного опроса Gallup World Poll.

#### Анализ данных

Показатели, обсуждавшиеся в двух предыдущих разделах, сведены вместе в *таблице 1*, позволяющей произвести расчет нужных нам взаимосвязей. В ней представлены 59 государств, для которых имеются данные каждого ряда – индекса конъюмеризации, ВВП на душу населения, уровня свободы, качества образования, неравенства доходов, гендерного неравенства, уровня убийств, уровня самоубийств, субъективного благополучия. Все показатели приведены по состоянию на 2017 год. Конечно, выборка стран не является полной, но она ограничивается наличием соответствующей информации. То есть эта выборка представляет собой один из наилучших возможных сегодня срезов исследуемых процессов. Кроме того, 59 наблюдений вполне достаточно для получения статистически значимых коэффициентов корреляции. Их величина (по модулю) при этом может содержательно интерпретироваться следующим образом: менее 0,1 – несущественная связь, в диапазоне от 0,1 до 0,3 – слабая, от 0,3 до 0,5 – средняя и более 0,5 – сильная связь (Cohen, 1988, p. 79–80).

<sup>6</sup> United Nations Development Programme Human Development Reports. Gender Inequality Index (GII). URL: <https://hdr.undp.org/en/indicators/68606> (дата обращения 04.05.2022).

<sup>7</sup> United Nations Office on Drugs and Crime. Victims of intentional homicide, 1990–2018. URL: <https://dataunodc.un.org/content/data/homicide/homicide-rate> (дата обращения 04.05.2022).

<sup>8</sup> World Health Organization. Global Health Observatory data repository. Suicide rate estimates, age-standardized Estimates by country. URL: <https://apps.who.int/gho/data/node.main.MHSUICIDEASDR> (дата обращения 04.05.2022).

<sup>9</sup> Happy Planet Index. URL: <https://happyplanetindex.org/countries/> (дата обращения 04.05.2022).

Таблица 1. Сопоставление показателей социального развития и коньюмеризации

Страна	Индекс коньюмеризации <sup>1</sup>	ВВП на душу населения (в постоянных долларах США 2010 г.) <sup>2</sup>	Уровень свободы (по шкале Freedom House) <sup>3</sup>	Качество образования (по шкале от 1 до 7) <sup>4</sup>	Неравенство доходов (отношение доходов верхних 20% населения к нижним) <sup>5</sup>	Гендерное неравенство (Gender Inequality Index) <sup>6</sup>	Уровень убийств (на 100 тыс. чел. населения) <sup>7</sup>	Уровень самоубийств (на 100 тыс. чел. населения) <sup>8</sup>	Субъективное благополучие (по шкале от 0 до 10) <sup>9</sup>
Австралия	6,7	56095,19	98	5,2	6,3	0,1	0,79	11,8	7,26
Австрия	5,67	49112,73	95	4,5	4,9	0,08	0,79	10,8	7,29
Аргентина	4,92	10404,26	82	3,3	8,8	0,33	5,21	8,7	6,04
Бангладеш	-1,83	1127,27	47	3,5	4,8	0,54	2,22	3,7	4,31
Беларусь	4,05	6375,29	20	4,7	3,6	0,13	2,54	18,5	5,55
Болгария	3,68	8350,66	80	3,3	7,3	0,21	1,45	6,7	5,1
Босния и Герцеговина	3,11	5772,85	55	2,5	5,4	0,16	1,25	8,1	5,09
Бразилия	3,55	11021,72	79	2,6	18,1	0,43	30,83	6,2	6,33
Великобритания	5,62	43010,71	95	4,8	5,4	0,13	1,2	7,2	7,1
Венгрия	3,82	15809,77	76	2,9	4,9	0,24	2,49	12,6	6,07
Гана	0,94	1739,47	83	3,9	10,3	0,54	2,09	11,3	5,48
Гватемала	3,36	3286,74	54	2,6	11,9	0,51	26,07	6	6,33
Германия	5,65	46916,82	95	5,3	5,1	0,08	0,98	8,3	7,07
Дания	6,04	62733,02	97	5,1	4	0,04	1,24	8,3	7,59
Доминиканская Республика	4,16	7273,35	68	2,7	10,5	0,46	11,57	6	5,61
Израиль	5,7	34243,01	80	4,7	8,5	0,11	1,49	5	7,33
Индия	0,29	1986,63	77	4,5	5,5	0,53	3,12	12,5	4,05
Ирландия	6	71755,97	96	5,5	5	0,11	0,86	9,3	7,06
Исландия	8,47	51045,94	97	5,3	4	0,07	0,9	11,7	7,48
Испания	5,71	32282,9	94	3,8	7,3	0,08	0,66	5,8	6,23
Италия	5,1	35086,48	89	3,8	7	0,08	0,61	4,8	6,2
Казахстан	2,52	10867,74	22	3,7	3,8	0,19	5,06	21,2	5,88
Канада	6,15	51170,48	99	5,2	6,2	0,1	1,8	11,7	7,41
Кипр	6,77	30650,24	94	4,1	5,3	0,09	0,59	3,3	6,06
Китай	3,45	7346,61	15	4,3	7,1	0,17	0,56	6,9	5,1
Колумбия	3,46	7622,28	64	3,3	13,4	0,43	25,02	4,5	6,16
Коста-Рика	5,58	9775,85	91	4,6	12,3	0,31	12,18	5,8	7,23
Кыргызстан	0,42	1072,49	37	3,1	3,8	0,38	4,14	9,2	5,63
Латвия	4,82	15429,7	87	3,8	5,8	0,21	4,15	17,1	5,98
Литва	4,96	16855,42	91	4	7,2	0,13	4,53	23,5	6,27
Маврикий	4,76	10199,48	89	4,2	5,9	0,39	2,61	9,6	6,17
Мальта	6,42	27750,68	96	4,8	4,5	0,19	2,06	4,8	6,68
Марокко	1,82	3305,42	41	2,8	7	0,46	2,14	7,3	5,31
Мексика	4,05	10301,36	65	3	8,8	0,34	25,71	5,9	6,41
Монголия	2,27	3997,49	85	3	5,1	0,32	6,13	19,1	5,33
Норвегия	7,42	91549,04	100	5,4	4,1	0,05	0,53	10,4	7,58
Пакистан	-0,45	1155,36	43	3,7	4,8	0,54	3,96	10	5,83
Панама	5,29	11530,07	83	3,4	15,9	0,42	9,67	3,2	6,57
Перу	3,73	6314,29	72	2,6	10,3	0,41	7,91	2,7	5,71
Польша	4,05	15845,25	89	3,6	4,6	0,13	0,76	11,1	6,2
Португалия	5,73	23380,69	97	4,3	6,4	0,09	0,74	7,9	5,71

Окончание таблицы 1

Страна	Индекс консьюмеризации <sup>1</sup>	ВВП на душу населения (в постоянных долларах США 2010 г.) <sup>2</sup>	Уровень свободы (по шкале Freedom House) <sup>3</sup>	Качество образования (по шкале от 1 до 7) <sup>4</sup>	Неравенство доходов (отношение доходов верхних 20% населения к нижним) <sup>5</sup>	Гендерное неравенство (Gender Inequality Index) <sup>6</sup>	Уровень убийств (на 100 тыс. чел. населения) <sup>7</sup>	Уровень самоубийств (на 100 тыс. чел. населения) <sup>8</sup>	Субъективное благополучие (по шкале от 0 до 10) <sup>9</sup>
Российская Федерация	3,19	11550,53	20	3,7	6,6	0,24	9,13	24,4	5,58
Сальвадор	3,69	3441,36	70	2,3	7	0,38	61,71	6,2	6,34
Сербия	2,93	6560,32	76	3,2	4,2	0,15	1,06	0,3	5,12
Словакия	4,52	19829,82	89	2,9	4,1	0,19	1,47	9,6	6,37
США	5,52	53382,76	89	5,1	9,4	0,23	5,32	14,4	6,99
Таиланд	2,91	6135,47	32	3,7	6	0,43	2,58	7,5	5,94
Турция	4,65	14874,78	38	3,2	8,5	0,33	3,09	2,3	5,61
Украина	2,19	2988,5	61	4	3,5	0,27	6,18	16,9	4,31
Уругвай	5,57	14437,38	98	3	7,8	0,29	8,26	18,5	6,34
Финляндия	6,15	48086,67	100	5,7	3,9	0,06	1,25	14,4	7,79
Франция	5,68	43015,21	90	4,5	5,2	0,06	1,27	10,4	6,64
Хорватия	4,1	15350,44	87	3,1	5,3	0,13	1,1	10,9	5,34
Чешская Республика	4,85	22754,75	94	3,9	3,7	0,13	0,62	11,2	6,79
Швейцария	7,06	77684,05	96	6,2	5,2	0,04	0,53	10,4	7,47
Швеция	5,84	57467,25	100	4,7	4,6	0,04	1,14	12,5	7,29
Эстония	6,05	19109,31	94	4,6	5,4	0,12	2,2	15,2	5,94
Южная Африка	3,33	7476,39	78	2,3	28,4	0,41	35,7	25,8	4,51
Япония	5,99	48510,61	96	4,4	5,4	0,1	0,24	13,5	5,91

<sup>1</sup> Рассчитано по: WIPO IP Statistics Data Center. URL: <https://www3.wipo.int/ipstats/index.htm> (дата обращения 04.05.2022); DataBank. URL: <https://databank.worldbank.org> (дата обращения 04.05.2022).

<sup>2</sup> Источник: DataBank. URL: <https://databank.worldbank.org> (дата обращения 04.05.2022).

<sup>3</sup> Источник: Freedom in the World. URL: <https://freedomhouse.org/report/freedom-world> (дата обращения 04.05.2022).

<sup>4</sup> Источник: Reports – World Economic Forum. URL: <https://reports.weforum.org> (дата обращения 04.05.2022).

<sup>5</sup> Источник: United Nations Development Programme Human Development Reports. Income inequality, quintile ratio. URL: <https://hdr.undp.org/en/indicators/135106> (дата обращения 04.05.2022).

<sup>6</sup> Источник: United Nations Development Programme Human Development Reports. Gender Inequality Index (GII). URL: <https://hdr.undp.org/en/indicators/68606> (дата обращения 04.05.2022).

<sup>7</sup> Источник: United Nations Office on Drugs and Crime. Victims of intentional homicide, 1990–2018. URL: <https://dataunodc.un.org/content/data/homicide/homicide-rate> (дата обращения 04.05.2022).

<sup>8</sup> Источник: World Health Organization. Global Health Observatory data repository. Suicide rate estimates, age-standardized Estimates by country. URL: <https://apps.who.int/gho/data/node.main.MHSUICIDEASDR> (дата обращения 04.05.2022).

<sup>9</sup> Источник: Happy Planet Index. URL: <https://happyplanetindex.org/countries/> (дата обращения 04.05.2022).

Так как практически все шкалы имеют метрический или псевдометрический (представляют собой среднее от рейтинговых оценок) уровень измерения, основным инструментом для обнаружения интересующих нас взаимосвязей логично выбрать хорошо известный коэффициент корреляции Пирсона, который позволяет выявлять линейные зависимости между

переменными. Кроме того, для коэффициента Пирсона легко рассчитать частную корреляцию, позволяющую проверить гипотезу о ложности статистической связи между консьюмеризацией и социальным развитием. В *таблице 2* приведены результаты расчетов коэффициента корреляции Пирсона между интересующими нас переменными.



Таблица 2. Парные коэффициенты корреляции Пирсона

	Индекс консьюмеризации	ВВП на душу населения	Уровень свободы	Качество образования	Неравенство доходов	Гендерное неравенство	Уровень убийств	Уровень самоубийств	Субъективное благополучие
Индекс консьюмеризации	1,00	0,74**	0,65**	0,56**	-0,08	-0,74**	-0,18	-0,02	0,76**
ВВП на душу населения	0,74**	1,00	0,59**	0,78**	-0,27*	-0,72**	-0,34**	0,02	0,76**
Уровень свободы	0,65**	0,59**	1,00	0,41**	-0,02	-0,47**	-0,15	-0,04	0,55**
Уровень образования	0,56**	0,78**	0,41**	1,00	-0,42**	-0,61**	-0,51**	0,10	0,61**
Неравенство доходов	-0,08	-0,27*	-0,02	-0,42**	1,00	0,47**	0,59**	0,01	-0,16
Гендерное неравенство	-0,74**	-0,72**	-0,47**	-0,61**	0,47**	1,00	0,46**	-0,14	-0,54**
Уровень убийств	-0,18	-0,34**	-0,15	-0,51**	0,59**	0,46**	1,00	0,00	-0,10
Уровень самоубийств	-0,02	0,02	-0,04	0,10	0,01	-0,14	0,00	1,00	-0,10
Субъективное благополучие	0,76**	0,76**	0,55**	0,61**	-0,16	-0,54**	-0,10	-0,10	1,00

Примечание: здесь и далее двумя звездочками отмечены величины, значимые на уровне 0,01, одной звездочкой – значимые на уровне 0,05, остальные величины статистически незначимы.  
Источник: расчёты авторов.

Данные таблицы 2 говорят о том, что индекс консьюмеризации вполне ожидаемо сильно коррелирует с уровнем ВВП. Однако структура связей ВВП и консьюмеризации с показателями социального развития существенно отличается. Первый индикатор демонстрирует значимые корреляции с уровнем свободы, качеством образования, гендерным неравенством и субъективным благополучием, в то время как второй значимо коррелирует со всеми показателями социального развития, кроме уровня самоубийств.

Конечно, корреляционный анализ не позволяет установить направленность связей: остается неизвестным, ведет ли лучшее образование к росту потребления или, наоборот, с развитием потребления повышается качество образования. Тем не менее ясно, что экспансия общества потребления может быть все-таки ассоциирована с позитивным социальным развитием, а не с деградацией. В обществах, демонстрирующих более высокий уровень консьюмеризации, в среднем наблюдаются более

высокие уровни свободы, качества образования и субъективного благополучия, меньшее гендерное неравенство. Однако остается вопрос: не обусловлены ли эти связи просто большим богатством соответствующих обществ? Для ответа на него рассмотрим частные коэффициенты корреляции (табл. 3, 4).

Из таблицы 3 следует, что консьюмеризация на самом деле не связана с качеством образования, однако в странах с более развитым обществом потребления в среднем выше уровень свободы и субъективного благополучия и ниже – гендерного неравенства, даже с поправкой на среднедушевой ВВП. Эта последняя переменная оказывается, в целом, более существенной для избранных показателей социального развития, так как демонстрирует корреляции не только с субъективным благополучием и гендерным неравенством, но и с качеством образования и уровнем убийств (см. табл. 4). С другой стороны, связь ВВП с таким важным показателем, как уровень свободы, исчезает, если сделать поправку на степень консьюмеризации.

Как видим, развитие общества потребления действительно может быть ассоциировано с позитивными социальными изменениями, но изменениями особого характера, связанного скорее с культурой, чем с материальным богатством. Уровень свободы, гендерное неравенство и субъективное благополучие могут быть отнесены к «идеологическим», «настроенческим» аспектам социальных систем, в то время как неравенство доходов, уровень убийств и качество образования (переменные, связанные с ВВП, но не конъюмеризацией) больше похожи на «базисные» аспекты.

Таблица 3. Частные коэффициенты корреляции Пирсона при исключенном влиянии уровня ВВП на душу населения

	Индекс консьюмеризации	Уровень свободы	Качество образования	Неравенство доходов	Гендерное неравенство	Уровень убийств	Уровень самоубийств	Субъективное благополучие
Индекс консьюмеризации	1,00	0,39**	-0,05	0,19	-0,45**	0,12	-0,05	0,44**
Уровень свободы	0,39**	1,00	-0,11	0,18	-0,07	0,07	-0,07	0,18
Качество образования	-0,05	-0,11	1,00	-0,34**	-0,11	-0,42**	0,14	0,03
Неравенство доходов	0,19	0,18	-0,34**	1,00	0,40**	0,55**	0,02	0,08
Гендерное неравенство	-0,45**	-0,07	-0,11	0,40**	1,00	0,34*	-0,18	0,02
Уровень убийств	0,12	0,07	-0,42**	0,55**	0,34*	1,00	0,00	0,26*
Уровень самоубийств	-0,05	-0,07	0,14	0,02	-0,18	0,00	1,00	-0,18
Субъективное благополучие	0,44**	0,18	0,03	0,08	0,02	0,26*	-0,18	1,00

Источник: расчёты авторов.

Таблица 4. Частные коэффициенты корреляции Пирсона при исключенном влиянии уровня консьюмеризации

	ВВП на душу населения	Уровень свободы	Качество образования	Неравенство доходов	Гендерное неравенство	Уровень убийств	Уровень самоубийств	Субъективное благополучие
ВВП на душу населения	1,00	0,22	0,66**	-0,32*	-0,38**	-0,32*	0,05	0,46**
Уровень свободы	0,22	1,00	0,07	0,04	0,03	-0,05	-0,04	0,11
Качество образования	0,66**	0,07	1,00	-0,45**	-0,36**	-0,50**	0,14	0,34**
Неравенство доходов	-0,32*	0,04	-0,45**	1,00	0,61**	0,59**	0,01	-0,15
Гендерное неравенство	-0,38**	0,03	-0,36**	0,61**	1,00	0,51**	-0,23	0,05
Уровень убийств	-0,32*	-0,05	-0,50**	0,59**	0,51**	1,00	-0,01	0,05
Уровень самоубийств	0,05	-0,04	0,14	0,01	-0,23	-0,01	1,00	-0,13
Субъективное благополучие	0,46**	0,11	0,34**	-0,15	0,05	0,05	-0,13	1,00

Источник: расчёты авторов.

Таблица 5. Профиль России относительно среднего по выборке стран

	Индекс консьюмеризации	ВВП на душу населения (в постоянных долларах США 2010 г.)	Уровень свободы (по шкале Freedom House)	Качество образования (по шкале от 1 до 7)	Неравенство доходов (отношение доходов верхних 20% населения к нижним)	Гендерное неравенство (Gender Inequality Index)	Уровень убийств (на 100 тыс. чел. населения)	Уровень самоубийств (на 100 тыс. чел. населения)	Субъективное благополучие (по шкале от 0 до 10)
Российская Федерация	3,19	11550,53	20	3,7	6,6	0,24	9,13	24,4	5,58
Среднее значение по выборке стран	5,99	48510,61	96	4,4	5,4	0,1	0,24	13,5	5,91

Источник: данные таблицы 1, расчёты авторов.

Связь между консьюмеризацией и социальным развитием может быть показана и на частных примерах. Так, если мы рассмотрим профиль Российской Федерации в сравнении со средними значениями по проанализированной выборке государств (табл. 5), то увидим, что для нашей страны характерны существенно меньшее развитие общества потребления и одновременно значительно худшая ситуация с уровнем ВВП на душу населения, свободой, качеством образования, неравенством, насилием и уровнем самоубийств. Заметим, что сравнение осуществляется не с общемировыми значениями, а только с 59 попавшими в анализ национальными государствами, поэтому представленную статистику нельзя считать пессимистической для России. Но она явно демонстрирует необходимость улучшения показателей социального развития российского общества. И, казалось бы, выявленные взаимосвязи прямо свидетельствуют о возможности такого улучшения через потребление. Во всяком случае потребительский спрос рассматривается многими видными отечественными экономистами в качестве если не основы, то важного фактора экономического роста (Аганбегян, 2019; Григорьев и др., 2019; Ивантер, 2019). Однако, например, З. Бауман обращает внимание на то, что рост потребления в сочетании с неравенством может быть разрушительным для социальной ткани (Bauman, Donskis, 2016, p. 43), а неравенство в России оказывается сравнительно высоким. Кроме того, сами по себе тенденции развития общества потребления могут подвергаться историческим изменени-

ям, и новые экономические отношения со временем могут просто вытеснить консьюмеризм из числа факторов развития (Castells, Hlebig, 2017, p. 180). Все это свидетельствует о необходимости крайне осторожно подходить к извлечению практических следствий из рассмотренных нами моделей статистической связи между показателями развития.

#### Заключение

Предпринятый анализ статистических связей, которые могут быть установлены между развитием общества потребления и социальным развитием, позволяет сделать вывод о том, что более высокий уровень консьюмеризации ассоциируется с более высоким уровнем социального развития, по крайней мере по некоторым показателям, таким как уровень свободы, гендерное неравенство и субъективное благополучие. Ни для одного из шести рассмотренных индикаторов социального развития не было зафиксировано связи экспансии общества потребления с социальной деградацией. Корреляционный анализ не позволяет установить направленность причинно-следственной связи, поэтому мы не можем говорить о том, ведет ли консьюмеризация, например, к большей свободе или большая свобода к консьюмеризации. Но наличие статистически значимых устойчивых связей с социальным развитием и отсутствие каких-либо связей с социальной деградацией дают возможность сделать предварительный вывод об опровержении базовой гипотезы критики консьюмеризма и подтверждении правоты сторонников подхода постепенного насыщения иерархически организованных

потребностей. Более того, корреляция развития общества потребления именно с культурными, идеологическими аспектами, такими как свобода, гендерное равенство и субъективное благополучие, дополнительно подтверждает справедливость иерархических моделей, предсказывающих духовную самореализацию личности и социальных общностей после удовлетворения ими базовых материальных потребностей.

Хотя сделанные выводы базируются на достаточно правдоподобном статистическом фундаменте, необходимо отдельно остановиться на их предварительном характере. Разумеется, дальнейшие исследования предполагают более масштабный в хронологическом и методическом отношении анализ, включение в рассмотрение не одного года, а протяженного периода, а также выделение причинно-следственных, а не только корреляционных связей. Однако это направление с высокой вероятностью лишь подтвердит полученные нами выводы на более развернутом материале. Возможность их опровержения открывается в другой перспективе — перспективе переосмысления и полной замены используемых показателей. В самом деле, про-

веденный нами анализ подтвердил связь общества потребления с социальным развитием, основываясь на данных, в каком-то смысле отформатированных самим обществом потребления. Ибо где же, как не в нем, живут эксперты, которые формируют шкалу свободы Freedom House, и откуда, как не из консьюмеризированной массовой коммуникации, черпают свои представления о счастье респонденты глобальных опросов Гэллапа. Так что вполне возможно, что положительные корреляции общества потребления со свободой и субъективным благополучием просто запрограммированы в моделях восприятия того и другого. В таком случае связь консьюмеризации с социальным развитием оказывается вовсе не такой однозначной, как это видится на первый взгляд, и гипотеза о подмене ценностей и закрытии путей социального развития консьюмеризмом все еще может оказаться истинной. Но для ее проверки необходимо разработать новые, критически ориентированные количественные показатели социального развития. Именно это направление кажется нам наиболее перспективным в дальнейших исследованиях общества потребления.

## Литература

- Аганбегян А.Г. (2019). О неотложных мерах по возобновлению социально-экономического роста // Проблемы прогнозирования. № 1 (172). С. 3–15.
- Бабич Н.С., Батыков И.В. (2022а). Индекс развития общества потребления: теоретическое обоснование и первичная валидизация показателя // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. Т. 22. № 1. С. 84–96. DOI: 10.22363/2313-2272-2022-22-1-84-96
- Бабич Н.С., Батыков И.В. (2022b). Общество потребления: опыт моделирования взаимосвязей консьюмеризма и религиозности // Социологические исследования. № 7. С. 97–108.
- Бауман З. (2004). Глобализация. Последствия для человека и общества / под ред. Е.В. Яновской. М.: Весь мир. 188 с.
- Бодрийяр Ж. (2006). Общество потребления. Его мифы и структуры / под ред. Е.А. Самарской. М.: Республика; Культурная революция. 269 с.
- Григорьев Л.М., Павлюшина В.А., Бриллиантова В.В., Кулаева Н.М. (2019). Модели российского экономического роста: тенденции личного потребления // Пространственная экономика. Т. 15. № 2. С. 150–168. DOI: 10.14530/se.2019.2.150-168
- Джеймисон Ф. (2000). Постмодернизм и общество потребления // Логос. Т. 4. С. 63–77.
- Зубкова Е.Ю. (2020). Советская жизнь как предмет исторической реконструкции // Вестник Российской академии наук. Т. 90. № 9. С. 882–890. DOI: 10.31857/S0869587320090091
- Ивантер В.В. (2019). Возможности ускорения темпов экономического роста в России // Общество и экономика. № 7. С. 5–11. DOI: 10.31857/S020736760005829-0
- Ильин В.И. (2005). Общество потребления: теоретическая модель и российская реальность // Мир России. Социология. Этнология. Т. 14. № 2. С. 3–40.

- Козловский В.В. (2011). Общество потребления и цивилизационный порядок современности // Журнал социологии и социальной антропологии. Т. 14. № 5. С. 55–65.
- Маркузе Г. (1994). Одномерный человек / под ред. А. Жаровского. М.: REFL-book. 368 с.
- Маслоу А.Г. (1999). Мотивация и личность. СПб.: Евразия. 478 с.
- Овсянников А.А. (2011). Общества потребления: системность и тотальность кризиса // Народонаселение. № 2 (52). С. 12–31.
- Ростоу У.У. (1973). Политика и стадии роста. № 1. М.: Прогресс. 262 с.
- Федотова В. Г. (2005). Хорошее общество. М.: Прогресс-Традиция. 544 с.
- Фромм Э. (1990). Иметь или быть? М.: Прогресс. 336 с.
- Хоркхаймер М., Адорно Т. (1997). Диалектика Просвещения. М.: Медиум. 312 с.
- Шюц А. (2003). Формирование понятия и теории в социальных науках // Вестник культурологии. № 1. С. 5–24.
- Яковенко А.В. (2021). СССР как зеркало нереализованной гуманистической перспективы // Социологические исследования. № 8. С. 72–81. DOI: 10.31857/S013216250015534-0
- Bauman Z., Donskis L. (2016). *Liquid Evil: Living with TINA*. Cambridge: Polity Press.
- Campbell C. (2021). *Consumption and Consumer Society*. Cham: Palgrave.
- Castells M., Hlebig S. (2017). Alternative economic practices in Barcelona: Surviving the crisis, reinventing life. In: Castells M. (Ed.). *Another Economy Is Possible*. Cambridge: Polity Press.
- Chessel M.E., Dubuisson-Quellier S. (2018). The making of the consumer: Historical and sociological perspectives. In: Kravets O., Maclaran P., Miles S. (Eds.). *The Sage Handbook of Consumer Culture*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Cohen M.J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.
- Cohen M.J. (2016). *The Future of Consumer Society: Prospects for Sustainability in the New Economy*. Oxford: Oxford University Press.
- Fine B. (2002). *World of Consumption: The Material and Cultural Revisited. 2nd ed.* London: Routledge.
- Gilbert J.R., Royne Stafford M.B., Sheinin D.A. et al. (2021). The dance between darkness and light: A systematic review of advertising's role in consumer well-being (1980–2020). *International Journal of Advertising*, 40(4), 491–528. DOI: 10.1080/02650487.2020.1863048
- Goodwin N., Harris J.M., Nelson J.A. et al. (2018). *Microeconomics in Context*. New York: Routledge.
- Katona G. (1964). *The Mass Consumption Society*. New York: McGraw-Hill.
- Kellner D. (1983). Critical theory, commodities and the consumer society. *Theory, Culture & Society*, 1(3), 66–83. DOI: 10.1177/026327648300100306
- Kwass M. (2022). *The Consumer Revolution, 1650–1800*. New York: Cambridge University Press.
- Lofgren O. (1994). Consuming interests. In: Friedman J. (Ed.). *Consumption and Identity*. London: Harwood.
- Nevarez L. (2011). *Pursuing Quality of Life: From the Affluent Society to the Consumer Society*. New York: Routledge.
- Sassatelli R. (2007). *Consumer Culture: History, Theory and Politics*. Los Angeles: Sage.
- Smart B. (2010). *Consumer Society: Critical Issues and Environmental Consequences*. Los Angeles: Sage.

### Сведения об авторах

Николай Сергеевич Бабич – кандидат социологических наук, старший научный сотрудник, Институт социологии, ФНИСЦ РАН (117218, Российская Федерация, г. Москва, ул. Кржижановского, 24/35, корп. 5; e-mail: sociolog@mail.ru)

Иван Владимирович Батыков – кандидат социологических наук, старший научный сотрудник, Институт социологии, ФНИСЦ РАН (117218, Российская Федерация, г. Москва, ул. Кржижановского, 24/35, корп. 5; e-mail: pub@socexpertiza.ru)

Babich N.S., Batykov I.V.

## **Consumer Society and Social Development: Modeling Statistical Relationships**

**Abstract.** The article attempts to empirically assess the links between the consumerization process and various indicators of social development. We consider these indicators, as well as the process of consumerization itself, at the macrosocial level, as characteristics of societies. The latter are equated with nation-states, whose sovereignty turns each of them into a kind of long-term social experiment. Based on such “experiments”, we attempted to determine how the degree of expansion of the consumer society in the same countries is related to the indicators of social development. To achieve this goal, we analyze ways to measure the consumerization of societies and their social development, and then conduct a correlation analysis of the available data. It allows testing two competing hypotheses: the negative or positive impact of the consumer society on aspects such as freedom, education, equality, security and happiness. This analysis of statistical relationships suggests that a higher level of consumerization is associated with a higher level of social development, at least on some indicators, such as the level of freedom, gender equality, and subjective well-being. The correlation with these indicators persists even after adjusting for per capita GDP. The presence of statistically significant stable links with social development and the absence of any links with social degradation allows drawing a preliminary conclusion about the refutation of the basic hypothesis of the consumerism criticism and the confirmation of its proponents’ correctness. However, our analysis confirms the connection between consumer society and social development, based on data in a sense formatted by consumer society itself. Therefore, for the final verification of competing hypotheses, it is necessary to develop new, critically oriented quantitative indicators of social development.

**Key words:** consumerization, consumer society, social development, correlation analysis, freedom, equality, safety, education, subjective well-being, “good society”.

### **Information about the Authors**

Nikolay S. Babich – Candidate of Sciences (Sociology), Senior Researcher, Institute of Sociology, Federal Center of Theoretical and Applied Sociology, Russian Academy of Sciences (5, building 24/35, Krzhizhanovsky Street, Moscow, 117218, Russian Federation; e-mail: sociolog@mail.ru)

Ivan V. Batykov – Candidate of Sciences (Sociology), Senior Researcher, Institute of Sociology, Federal Center of Theoretical and Applied Sociology, Russian Academy of Sciences (5, building 24/35, Krzhizhanovsky Street, Moscow, 117218, Russian Federation; e-mail: pub@socexpertiza.ru)

Статья поступила 04.07.2022.