
7

СОСТОЯНИЕ ПОТРЕБЛЕНИЯ СЕГОДНЯ¹

Гэри Гарднер, Эрик Ассадурян и Раджика Сарин

Китай по праву считается страной велосипедов. На всем протяжении XX столетия улицы его городов были заполнены буквально миллионами велосипедов, которые служили не только в качестве личного средства передвижения, но и как грузовой транспорт, начиная с перевозки строительных материалов и заканчивая доставкой цыплят на рынок. Еще совсем недавно, в начале 1980-х, частные автомобили были редкостью на улицах Китая.

Если последний раз вы побывали в Китае еще в 1980-х, то, вернувшись сегодня в Пекин, Шанхай или любой другой китайский город, вряд ли узнаете их. В 2002 г. в стране было уже 10 млн частных автомобилей, и темпы роста числа автовладельцев продолжали ускоряться: в 2003 г. каждый день приблизительно 11 000 новых автомобилей вливались в потоки транспорта на дорогах Китая, т. е. всего за год появилось 4 млн новых частных автомашин. Объем продаж автомобилей увеличился на 60% в 2002 г. и более чем на 80% в первой половине 2003 г. Промышленные аналитики полагают, что если высокие темпы роста сохранятся, то к 2015 г. на улицах Китая будут тесниться 150 млн автомобилей, что на 18 млн больше, чем в Америке в 1999 г. Представителям зарождающегося в Китае потребительского класса не терпится приобрести большую мобильность и одновременно более высокий социальный статус, олицетворением которого является автомобиль: миллионы готовы ждать месяцами и влезать в большие долги, чтобы стать провозвестниками новой автомобильной культуры страны.

Для государства преимущества этого пути развития очевидны, и оно всячески его поощряет. Каждый новый китайский автомобиль обеспечивает два новых рабочих места китайским рабочим, а доход, который они получают, затем стимулирует развитие других секторов китайской экономики. Кроме того, стремление удовлетворить растущий спрос привлекает огромные инвестиции со стороны иностранных компаний: корпорация «Дженерал Моторс» уже потратила 1,5 млрд долл.² на строительство нового завода в Шанхае, а «Фольксваген» готовится выделить 7 млрд долл. на ближайшие пять лет, чтобы увеличить его производственную мощность.

¹ Gary Gardner, Erik Assadourian, and Radhika Sarin *The State of Consumption Today//State of the World 2004*. New York: W.W. Norton & Company, 2004. 245 p. Copyright © 2004 Worldwatch Institute. All rights reserved. Печатается с разрешения Worldwatch Institute.

² *Примеч. ред.*: здесь и далее — доллары США.

Китай, конечно, следует по проторенной дороге, пусть даже и через 80 лет после того, как автомобиль стал общераспространенным средством передвижения в Соединенных Штатах. И все же история автомобиля в Китае не связана ни с китайцами, ни с автомобилями как таковыми. Начиная с ресторанов быстрого питания и заканчивая одноразовыми фотоаппаратами, на пространстве от Мексики до Южной Африки, большая часть мира головокружительными темпами вступает в общество потребления. По некоторым данным, сегодня «потребительский класс» насчитывает более 1,7 млрд членов, и почти половина из них проживают в развивающихся странах. Образ жизни и культура, ставшие привычными для Европы, Северной Америки, Японии и еще нескольких богатых регионов мира в XX столетии, обещают стать глобальными в XXI веке.

Безусловно, общество потребления обладает сильной притягательностью и несет с собой определенные экономические выгоды. Было бы несправедливо утверждать, что преимущества, полученные более ранним поколением потребителей, не должны быть доступны последующим поколениям. И все же безрассудный рост потребления в течение последнего десятилетия и ошеломляющие прогнозы, которые логически продолжают эту тенденцию, свидетельствуют о том, что мир в целом в скором времени столкнется со сложнейшей дилеммой. Если уровни потребления, свойственные сегодня несколькимстам миллионов наиболее богатых людей, будут скопированы даже хотя бы половиной из 9 млрд человек, а именно таков прогноз численности населения на 2050 г., то его воздействие на состояние водных ресурсов, качество воздуха, мировые леса, климат, биологическое разнообразие и здоровье человека будет очень серьезным.

Несмотря на подстерегающие опасности, существуют некоторые свидетельства того, что локомотив потребления замедляет свой ход, и не только в США и других странах, где большинство людей в достаточной степени обеспечены товарами и услугами, необходимыми для достойной жизни. В 2003 г. в США было больше частных автомобилей, чем зарегистрированных водителей, при этом высоким спросом пользовались спортивные модели, потребляющие большое количество бензина. Площадь новых зданий, построенных в 2002 г., стала на 38% больше, чем в 1975 г., несмотря на то, что среднее количество людей, проживающих в каждом доме, снизилось. Сами американцы также стали крупнее, причем настолько, что возникла целая индустрия с многомиллиардным оборотом, направленная на удовлетворение запросов «больших» американцев, обеспечивающая их негабаритной одеждой, особо прочной мебелью и даже безразмерными гробами. Если до сих пор не удастся насытить потребительские аппетиты богатейших наций, то вряд ли можно рассчитывать на то, что потребительские привычки успеют распространиться повсеместно прежде, чем наша планета деградирует до неузнаваемости.

И все же есть основания надеяться на лучшее. Адепты потребления, экономисты, лица, определяющие политику, а также защитники окружающей среды разработали множество творческих решений для удовлетворения потребностей людей при одновременном смягчении экологического и социального ущерба, связанного с массовым потреблением. Эти решения не только могут помочь каждому челове-

ку соблюдать равновесие между чрезмерным и недостаточным уровнем потребления, но также показывают, что в масштабах общества в целом необходимо перенести акцент на общественные товары и услуги, на приоритет услуг перед товарами, на товары с высоким содержанием вторично переработанного сырья и на возможность реального выбора для потребителей.

В совокупности эти меры способны обеспечить высокое качество жизни с минимальным ущербом для окружающей среды и приемлемым уровнем социальной справедливости. Секрет заключается в том, чтобы критически подходить не только к тому, *сколько*, но и к тому, *как* нужно потреблять.

Потребление — не такая уж плохая вещь. Мы должны потреблять, чтобы выжить, и население беднейших стран должно начать потреблять больше, чтобы обеспечить себе достойную жизнь и расширить свои возможности. Но потребление начинает угрожать благосостоянию людей и окружающей среды тогда, когда оно становится самоцелью, т. е. когда потребление становится первоочередной жизненной задачей отдельного человека или, к примеру, окончательным мерилом успеха экономической политики правительства. Страны с экономикой массового потребления, в XX столетии создавшие мир изобилия для многих, в XXI веке будут вынуждены принять новый вызов: как сосредоточиться не на бесконечном накоплении благ, но на более высоком качестве жизни для всех с минимальным ущербом для окружающей среды.

ПОТРЕБЛЕНИЕ В ЦИФРАХ

В промышленно развитых странах потребление товаров и услуг постоянно увеличивалось в течение десятилетий, причем практически по всем параметрам, включая расходы домашних хозяйств, число потребителей и объемы добычи сырья. К таким же показателям сейчас стремительно приближаются многие развивающиеся страны. Эти цифры отражают картину современного мира, который неизменно преобразуется в условиях революции потребления.

Частные потребительские расходы — суммы, затрачиваемые на товары и услуги на уровне семьи, — в 2000 г. превысили 20 трлн долл. по сравнению с 4,8 трлн долл. в 1960 г. (по курсу 1995 г.). Четырехкратное увеличение расходов частично обусловлено ростом населения, но в большей степени также связано с ростом процветания во многих частях земного шара. За этими обобщенными цифрами кроются огромные различия в распределении расходов. Не менее 60% глобальных частных потребительских расходов приходится на 12% общей численности населения планеты, проживающих в Северной Америке и Западной Европе, в то время как треть населения мира, живущая в Юго-Восточной Азии и в Африке южнее пустыни Сахары, тратит всего лишь 3,2% общего объема (табл. 7—1).

В 1999 г. около 2,8 млрд человек — двое из каждых пяти человек на планете — тратили менее 2 долл. в день, что по данным Организации Объединенных Наций и Всемирного банка составляет минимум для удовлетворения основных потребностей.

Таблица 7—1

**Потребительские расходы и численность населения в различных регионах мира
(2000 г.)¹**

Регион	Доля мировых частных потребительских расходов, %	Доля мирового населения, %
США и Канада	31,5	5,2
Западная Европа	28,7	6,4
Восточная Азия и страны Тихоокеанского региона	21,4	32,9
Латинская Америка и Карибское море	6,7	8,5
Восточная Европа и Средняя Азия	3,3	7,9
Южная Азия	2,0	22,4
Австралия и Новая Зеландия	1,5	0,4
Ближний Восток и Северная Африка	1,4	4,1
Центральная и Южная Африка	1,2	10,9

¹ Сумма процентов меньше 100%, поскольку отсутствуют данные по отдельным небольшим странам.

Источник: World Development Indicators Database. World Bank. <media.worldbank.org/secure/data/qqquery.php>.

Примерно 1,2 млрд жили в состоянии «крайней бедности», что соответствует менее чем 1 долл. среднего ежедневного дохода. Беднейшее население планеты – это в том числе и сотни миллионов фермеров, живущих натуральным хозяйством, которые по определению не получают заработную плату и лишь изредка участвуют в рыночных сделках с использованием денег. Для них, как и для остальной части мировой бедноты, потребительские расходы сосредоточены практически полностью на удовлетворении основных жизненных потребностей.

Дополнительная информация автора

Что происходит с населением?

По прогнозам специалистов из Подразделения ООН по вопросам народонаселения (*United Nations Population Division*), к 2050 г. численность населения мира увеличится на 41% и достигнет 8,9 млрд человек. Как рост объема продаж бытовой техники и автомобилей сводит на нет экономию энергии за счет внедрения более эффективных технологий, так и увеличение численности населения угрожает нивелировать прогресс в сокращении числа товаров, потребляемых на душу населения. Например, даже если в 2050 г. средний американец будет есть на 20% меньше мяса, чем в 2000 г., полное потребление мяса в Соединенных Штатах увеличится к 2050 г. на 5 млн т только за счет прироста населения.

Поскольку ожидается, что 99% глобального прироста населения произойдет в развивающихся странах, эти страны должны с особым вниманием отнестись к двум неразрывно связанным между собой целям — стабилизации численности населения и роста потребления для обеспечения достойного уровня жизни. Промышленно развитые страны могут помочь развивающимся стабилизировать численность населения путем поддержки программ планирования семьи, образования и улучшения положения женщин. А также снизить воздействие роста потребления с помощью внедрения более экологически чистых и эффективных технологий.

Однако было бы ошибкой думать, что проблема прироста населения актуальна только для бедных государств. Когда демографический рост сопровождается высоким уровнем потребления, как это происходит в Соединенных Штатах, значение первого резко возрастает. Например, несмотря на то, что американское население увеличивается примерно на 3 млн в год, а рост населения Индии равен почти 16 млн в год, прирост американского населения оказывает большее воздействие на окружающую среду. В том числе, они дополнительно выбрасывают в атмосферу 15,7 млн т углерода по сравнению с 4,9 млн т в Индии. Богатые страны, население которых продолжает расти, должны одновременно оценивать последствия как высоких уровней потребления, так и демографической политики государства.

Существуют также другие демографические тенденции, которые обсуждаются значительно меньше, но также удивительным образом связаны с потреблением. Например, в результате роста доходов, урбанизации и уменьшения количества членов в семье число людей, живущих под одной крышей, сократилось в 1970—2000 гг. с 5,1 до 4,4 в развивающихся странах и с 3,2 до 2,5 в промышленно развитых странах, в то время как общее количество домашних хозяйств возросло. Для возведения каждого нового дома необходимы земельный участок и строительные материалы. Кроме того, экономия за счет коллективного использования энергии, бытовой техники и хозяйственных принадлежностей тем ниже, чем меньше людей живут в одном доме. В результате каждый американец, который живет один, использует на 17% больше энергии на человека, чем семья, состоящая из двух человек. Даже в некоторых европейских государствах и в Японии, где общая численность населения либо увеличивается несильно, либо не растет совсем, изменения в составе семей должны изучаться как фактор роста потребления.

Источники: World Population Prospects: The 2002 Revision. United Nations. New York: 2003. P. 1; United Nations Population Division. Online database. <esa.un.org/unpp>; FAOSTAT Statistical Database. U.N. Food and Agriculture Organization (FAO). <apps.fao.org>; Molly O. Sheehan Carbon Emissions and Temperature Climb//Worldwatch Institute. Vital Signs 2003. New York: W.W. Norton & Company, 2003. P. 40—41; Nico Keilman The Threat of Small Households//Nature. 30 January 2003. P. 489.

В то время как большая часть потребительских расходов приходится на более состоятельные регионы мира, количество потребителей распределено между промышленно развитыми и развивающимися странами немного более равномерно. Об этом ясно свидетельствуют результаты исследования, проведенного бывшим консультантом Программы ООН по окружающей среде (ЮНЕП) Мэтью Бентли, который описывает существование глобального «класса потребителей». Эти люди имеют доход, эквивалентный более 7000 долл. с учетом паритета покупательной способности (т. е. доход измеряется относительно покупательной способности местной валюты), что примерно соответствует официальному уровню черты бедности в Западной Европе. Глобальный потребительский класс весьма неоднороден по уровню достатка, однако большинство его членов пользуются телевидением, телефоном и Интернетом и, соответственно, вбирают в себя ту культуру и те идеи, которые они распространяют. В целом глобальный потребительский класс составляет приблизительно 1,7 млрд человек, т. е. более четверти всего населения мира (табл. 7—2).

Почти половина глобального класса потребителей живет в развивающихся странах: на Китай и Индию, вместе взятые, приходится более 20% его общей численности (табл. 7—3). Фактически потребительский класс этих двух стран, насчитывающий 362 млн человек, больше, чем во всей Западной Европе (хотя средний китаец или индус, конечно, потребляет существенно меньше среднего европейца). При этом многие развивающиеся страны вообще не представлены в этой новой потребительской волне: меньше всего численность потребительского класса в центральной и южной Африке, где он насчитывает всего 34 млн человек. Действительно, на протяжении последних десятилетий этот регион по существу оставался в стороне от роста процветания, наблюдавшегося в остальной части мира. Если оценивать материальное положение населения по уровню частных потребительских расходов на душу населения, то в 2001 г. в районах Африки южнее Сахары люди стали жить на 20% хуже, чем за два десятилетия до этого, что еще больше расширило существующую пропасть между этой частью земного шара и промышленно развитым миром.

В развивающихся странах не только сосредоточена большая часть мирового класса потребителей; как правило, они также имеют наибольший потенциал для дальнейшего развития потребительского общества. Например, многочисленные потребители Китая и Индии составляют всего 16% населения региона, в то время как в Европе их 89%. Действительно, в большинстве развивающихся стран потребительский класс составляет менее половины населения, а зачастую и гораздо меньше, так что возможности для дальнейшего роста здесь весьма значительны. Если исходить исключительно из прогнозов увеличения численности населения, то к 2015 г. глобальный потребительский класс по самым скромным подсчетам будет насчитывать 2 млрд человек.

Эти цифры показывают, что в XXI столетии основные события на глобальной потребительской арене будут разворачиваться не в государствах с традиционно потребительской экономикой, а в тех странах, которые только начинают приобщаться к мировой культуре потребления. В Докладе Программы ООН по окружающей среде за 2003 г. отмечается, что в результате увеличения числа автовладельцев в азиатских странах до среднего мирового уровня глобальный автопарк

Потребительский класс в различных регионах мира (2002 г.)

Регион	Численность потребительского класса, млн чел.	Доля потребительского класса в населении региона, %	Доля потребительского класса региона от численности глобального ¹ , %
США	271,4	85	16
Западная Европа	348,9	89	20
Восточная Азия и страны Тихоокеанского региона	494,0	27	29
Латинская Америка и Карибское море	167,8	32	10
Восточная Европа и Средняя Азия	173,2	36	10
Южная Азия	140,7	10	8
Австралия и Новая Зеландия	19,8	84	1
Ближний Восток и Северная Африка	78,0	25	4
Центральная и Южная Африка	34,2	5	2
Промышленно развитые страны	912,0	80	53
Развивающиеся страны	816,0	17	47
Всего в мире	1 728,0	28	100

¹ Сумма не равна 100%, поскольку цифры округлены.

Источник: Matthew Bentley Sustainable Consumption: Ethics, National Indices and International Relations. PhD dissertation. American Graduate School of International Relations and Diplomacy. Paris: 2003.

Первые десять стран по численности потребительского класса (2002 г.)

Страна	Численность потребительского класса, млн чел.	Доля потребительского класса в населении страны, %
США	242,5	84
Китай	239,8	19
Индия	121,9	12
Япония	120,7	95
Германия	76,3	92
Россия	61,3	43
Бразилия	57,8	33
Франция	53,1	89
Италия	52,8	91
Великобритания и Северная Ирландия	50,4	86

Источник: Matthew Bentley Sustainable Consumption: Ethics, National Indices and International Relations. PhD dissertation. American Graduate School of International Relations and Diplomacy. Paris: 2003; World Development Indicators Database. World Bank. <media.worldbank.org/secure/data/qquery.php>.

пополнится 200 млн автомобилей, что в полтора раза превосходит число автомобилей в США в настоящее время. Те, кто обеспокоен подобными перспективами, предлагают безотлагательно искать альтернативные, устойчивые пути к процветанию в регионе. И в то же время уместно ли переживать по поводу роста потребления в Азии и забывать при этом о необходимости реформ в богатых странах, где высокие уровни потребления были нормой в течение многих десятилетий? Первые индустриальные государства в Европе и Северной Америке, Япония и Австралия несут основную ответственность за глобальную деградацию окружающей среды, связанную с потреблением.

Тенденции роста потребления затрагивают фактически каждый вид товаров и услуг, и классифицировать их можно по-разному. Особый интерес представляют такие основные блага, как продовольствие и вода; по их состоянию можно судить, обеспечиваются ли основные потребности населения. Рост доступа к другим объектам потребления показывает, насколько расширяются возможности выбора и насколько комфортнее становится жизнь людей.

Если говорить об обеспечении основных нужд, то здесь тенденции неоднородны. В промышленно развитых и развивающихся странах ежедневное потребление калорий с 1961 г. увеличилось, поскольку увеличились общие запасы продовольствия, по крайней мере на глобальном уровне. Несмотря на это, Продовольственная и сельскохозяйственная организация ООН (ФАО) сообщает, что 825 млн человек все еще недоедают и что в 1961 г. каждый человек в развитых странах в среднем ежедневно потреблял на 10% больше калорий (2947 калорий), чем потребляет сегодня среднестатистический житель в развивающихся странах (2675 калорий). Тот факт, что проблема голода сохраняется на фоне рекордных поставок продовольствия, говорит о том, что продукты питания до сих пор слишком дороги для беднейшего населения с их скудными доходами. К примеру, в Танзании, где расходы домашних хозяйств на душу населения составляли в 1998 г. 375 долл., 67% расходов уходило на продовольствие. В Японии домашние расходы на душу населения в том же году равнялись 13 568 долл., и только 12% было потрачено на продукты питания (табл. 7—4).

Таблица 7—4

**Расходы домашних хозяйств и доля расходов на продукты питания
в некоторых странах (1998 г.)**

Страна	Расходы домашних хозяйств на душу населения, долл. США ¹	Доля расходов на продукты питания, %
Танзания	375	67
Мадагаскар	608	61
Таджикистан	660	48
Ливан	6 135	31
Гонконг	12 468	10
Япония	13 568	12
Дания	16 385	16
США	21 515	13

¹ С учетом паритета покупательной способности.

Источник: World Development Indicators 2000. Washington, DC: World Bank, 2000. P. 222–224.

Население богатых стран мира не только потребляют калории в большем количестве, чем бедные, но эти калории, кроме того, чаще поступают в организм в виде более ресурсоемких пищевых продуктов, таких как мясо и молочные продукты, для производства которых расходуется большое количество зерновых, воды и энергии. В промышленно развитых странах люди ежедневно получают 856 калорий из продуктов животного происхождения, в то время как в развивающихся странах эта цифра составляет 350 калорий. В то же время потребление мяса увеличивается в наиболее преуспевающих регионах развивающегося мира по мере того как растут доходы и уровень урбанизации населения. В частности, половина мировой свинины съедается в Китае, а Бразилия занимает второе место после США по потреблению говядины. Мясо все больше потребляется в ресторанах быстрого питания, где его приготовление наиболее энергоемко. Согласно результатам недавнего маркетингового исследования, индустрия «фаст-фуда» в Индии увеличивается на 40% в год, и ожидается, что к 2005 г. объем продаж в этой отрасли составит более 1 млрд долл. Тем временем, четверть населения Индии до сих пор не получают достаточного количества питательных веществ: их доля фактически не менялась в течение последних десяти лет.

Чистая вода и адекватные санитарные условия, которые являются неотъемлемым условием для предотвращения распространения инфекционных заболеваний, также входят в список основных потребностей. Как и в случае с большинством других благ, богатые нации имеют преимущественный доступ к воде и санитарным условиям, хотя в последние десять лет ситуация для беднейшего населения планеты несколько улучшилась. В 2000 г. 1,1 млрд человек не имели доступа к безопасной питьевой воде, который определяется как возможность использования как минимум 20 л воды в день на человека из источника в пределах одного километра от места проживания. Двое из каждых пяти человек не имели доступа к адекватным средствам санитарного обслуживания, т. е. не могли пользоваться канализационной сетью или отстойником либо даже обычной выгребной ямой. В этом отношении больше всего страдают жители сельских районов. В 2000 г. лишь 40% сельского населения имели возможность пользоваться адекватными санитарно-техническими сооружениями по сравнению с 85% городских жителей.

По мере роста доходов люди получают доступ к непродовольственным товарам потребления, которые служат показателями благосостояния. Использование бумаги, например, имеет тенденцию увеличиваться по мере роста уровня грамотности населения и развития коммуникаций. В глобальном масштабе использование бумаги выросло более чем в 6 раз с 1950 по 1997 г. и удвоилось с середины 1970-х гг.; в конце XX в. средний англичанин использовал в 16 раз больше бумаги, чем в его начале. Действительно, большая часть мировой бумаги производится и используется в промышленно развитых странах: только Соединенные Штаты производят и используют треть всей бумаги в мире, а каждый американец потребляет более 300 кг бумажных изделий ежегодно. В развивающихся странах в среднем используется 18 кг бумаги в год. В Индии эта цифра составляет 4 кг в год, а в 20 африканских странах — менее 1 кг. По оценкам ЮНЕП, 30—40 кг бумаги — это минимум, необходимый для того, чтобы обеспечить начальный уровень грамотности и потребности в связи.

Рост благосостояния также открывает миллионам людей доступ к товарам, которые обещают новые уровни комфорта, удобства и новые виды развлечений (табл. 7—5). В 2002 г. в 1,12 млрд семей, т. е. примерно у $\frac{3}{4}$ населения мира, был по крайней мере один телевизор. Телевидение стало основной формой проведения досуга: в развитых странах каждый человек просиживает перед телевизором в среднем по 3 часа в день, т. е. половину своего ежедневного досуга. Телевидение — это не только источник местных новостей и развлечения; телевидение ежедневно завлекает зрителей бесчисленными товарами, которые показывают в рекламных роликах и в различных программах. «Картинки», которые наблюдает телезритель, попадают на экран телевизора со всех концов света. Учитывая, что 31% из этих 1,12 млрд семей подписаны на кабельные каналы, они ежедневно попадают под воздействие глобальной развлекательной культуры.

Таблица 7—5

**Потребление домашних хозяйств в некоторых странах
(приблизительные цифры) (2000 г.)**

Страна	Потребление домашних хозяйств, долл. США 1995 г. на чел.	Электроэнергия, кВт-ч на чел.	Телевизор	Стационарный телефон	Мобильный телефон	Персональный компьютер
			количество на тыс. чел.			
Нигерия	194	81	68	6	4	7
Индия	294	355	83	40	6	6
Украина	558	2293	456	212	44	18
Египет	1013	976	217	104	43	16
Бразилия	2779	1878	349	223	167	75
Южная Корея	6907	5607	363	489	621	556
Германия	18 580	5963	586	650	682	435
США	21 707	12 331	835	659	451	625

Источник: World Development Indicators Database. World Bank. <media.worldbank.org/secure/data/query.php>.

Когда эти удобства только начинали появляться, многие из них считались роскошью, но теперь воспринимаются как нечто необходимое. Действительно, там, где вокруг этих товаров потребления начала развиваться социальная инфраструктура

тура, некоторые из них стали неотъемлемой частью жизни. Телефоны, например, стали важнейшим средством связи: в 2002 г. в мире насчитывался 1,1 млрд фиксированных линий связи и еще столько же мобильных каналов. Существенный процент населения мира, включая огромное количество членов глобального класса потребления, теперь имеет по крайней мере базовый доступ к телефонной связи. Коммуникации получили еще более широкое распространение с появлением Интернета. В настоящее время в мире насчитывается около 600 млн пользователей этого новейшего вида связи.

Большая доля потребительских расходов приходится на товары, которые, возможно, не являются необходимыми для создания минимального комфорта или для выживания, но делают жизнь более приятной. Эти товары включают все, начиная с вроде бы незначительных ежедневных удовольствий, например, конфет и содовой, и заканчивая крупными покупками, например, морскими круизами, драгоценностями и спортивными автомобилями. Расходы на эти товары не следует ставить в вину глобальному классу потребителей в целом, так как наиболее разумные из них сами неодобрительно относятся к избыточному потреблению. Однако потраченные на такие товары суммы — свидетельство избыточного богатства, которое существует во многих странах. Действительно, данные о чрезмерных потребительских расходах заставляют усомниться в том утверждении, что человечество не может позволить себе удовлетворить многие из основных потребностей беднейших мира сего. Для того чтобы обеспечить в достаточном объеме продовольствие, чистую воду и начальное образование для мировой бедноты, потребовалось бы меньше, чем мы ежегодно тратим на косметику, мороженое и корма для домашних животных (табл. 7—6).

Ускорение гонки потребления в XX в. привело к росту использования сырья, которое также является показателем уровня потребления наравне с расходами домашнего хозяйства и числом потребителей. С 1960 по 1995 г. объем используемых в мире полезных ископаемых вырос в 2,5 раза, использование металлов увеличилось в 2,1 раза, древесины — в 2,3 раза, а синтетических материалов, в том числе пластмасс, — в 5,6 раз. Увеличение потребления сырья опережало рост численности населения и продолжалось даже тогда, когда в глобальной экономике произошли определенные изменения и появились такие новые отрасли в сфере обслуживания, как телекоммуникации и финансы, которые не настолько материалоемки, как обрабатывающая промышленность, транспорт и другие ранее доминировавшие отрасли промышленности. Например, потребление металлов удвоилось несмотря на то, что металлы стали играть значительно меньшую роль в создании материальных ценностей: в 2000 г. для того, чтобы произвести единицу экономической продукции стоимостью 1 долл., глобальная экономика использовала на 45% меньше металлов, чем за три десятилетия до этого.

Уровни потребления топлива и материалов отражают ту же модель глобальной несправедливости, которая прослеживается в потреблении готовых товаров. В Соединенных Штатах, где проживает менее 5% населения мира, используется около четверти мировых ресурсов ископаемого топлива — сжигается почти 25% мирового угля, 26% нефти и 27% природного газа. Если добавить к этому потребление другими богатыми нациями, то станет очевидно, что всего лишь несколько стран мира доминируют в глобальном использовании сырья. Что касается использования металлов, то США, Канада, Австралия, Япония и Западная Европа, вместе

Ежегодные расходы на предметы роскоши в сравнении с финансированием, необходимым для удовлетворения некоторых основных жизненных потребностей

Статья расходов	Ежегодные расходы, млрд долл. США	Социальная или экономическая задача	Объем дополнительных инвестиций, необходимых для решения задачи, млрд долл. США
Декоративная косметика	18	Обеспечение репродуктивного здоровья для всех женщин	12
Корма для домашних животных (в Европе и США)	17	Решение проблемы голода и неполноценного питания	19
Парфюмерия	15	Всеобщая грамотность	5
Морские круизы	14	Чистая питьевая вода для всех	10
Мороженое (в Европе)	11	Иммунизация каждого ребенка	1,3

Источник: Pots of Promise//The Economist. 24 May 2003. P. 69—71; Human Development Report 1998. U.N. Development Programme (UNDP). New York: Oxford University Press, 1998. P. 37; Lisa Mastny Cruise Industry Buoyant//Vital Signs 2002. New York: W.W. Norton & Company, 2002. P. 122; Michael Renner Military Expenditures on the Rise//Vital Signs 2003. New York: W.W. Norton & Company, 2003. P. 119; Erik Assadourian Consumption Patterns Contribute to Mortality//Vital Signs 2003. New York: W.W. Norton & Company, 2003. P. 108.

составляющие 15% мирового населения, используют 61% производимого ежегодно алюминия, 60% свинца, 59% меди и 49% стали. В этих странах уровень использования высок даже в пересчете на душу населения, особенно если сравнивать с аналогичными данными для менее благополучных стран. Средний американец использует 22 кг алюминия в год, в то время как на среднего индуса приходится 2 кг, а на каждого жителя африканского континента – менее 1 кг.

Тем временем, растущие во всем мире аппетиты в использовании бумаги приводят к увеличению спроса на древесные ресурсы. Запасы девственных лесов, предназначенные для производства бумаги, составляют приблизительно 19% все-

го мирового урожая древесины и 42% древесины, заготовленной для «промышленного» использования (любого, кроме производства древесного угля). По прогнозам, к 2050 г. целлюлозно-бумажные предприятия будут создавать более половины мирового промышленного спроса на древесину.

Потребление таких видов сырья, как металлы и древесина, в принципе, могло бы не сильно зависеть от потребления товаров и услуг, т. к. многие товары могут быть переработаны или производиться из утилизированного сырья. Однако в большинстве стран в XX столетии сырье не проходило рециркуляцию для вторичного или третичного использования. Даже сегодня вторичная переработка обеспечивает очень незначительную долю материалов, используемых в мировом хозяйстве. Приблизительно половина используемого сегодня свинца поступает из переработанных источников, а также треть алюминия, стали и золота. На долю вторичной меди приходится только 13% по сравнению с 20% в 1980 г. Тем временем, уровень утилизации городских отходов, как правило, остается низким, даже в тех странах, которые могут себе позволить содержать инфраструктуру вторичной переработки. Например, те 24 страны из состава Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), которые предоставляют соответствующие данные, в среднем отправляют на переработку только 16% городских отходов; при этом половина из них перерабатывает менее 10% отходов.

Доля поступления бумажного сырья из переработанного волокна также выросла очень незначительно, с 20% в 1921 г. до 38% на сегодняшний день. Если сравнивать эту динамику с темпами роста потребления бумаги, то оказывается, что количество переработанной бумаги в последнее время стало выше, чем когда-либо. Учитывая прогнозы ФАО, в соответствии с которыми с 2000 по 2010 г. глобальное потребление бумаги увеличится почти на 30%, доля вторичного использования бумаги имеет очень большое значение, и это соотношение будет в ближайшие годы существенно сказываться на состоянии мировых лесов.

ПРИЧИНЫ РАЗНЫЕ, А РЕЗУЛЬТАТ ОДИН

Глобальные аппетиты на различные товары и услуги возникают под влиянием во многом независимых друг от друга факторов, начиная с развития технологий и доступа к дешевой энергии и заканчивая появлением новых деловых механизмов, мощных средств связи, ростом населения и даже социальными потребностями людей. Эти несоизмеримые факторы, независимо от того, обусловлены ли они естественными причинами, исторической случайностью или являются продуктом человеческой мысли, в совокупности приводят к рекордным темпам роста производства и потребительского спроса. В результате совместного действия этих факторов сложилась экономическая система, способная обеспечивать невиданное прежде изобилие и вызывать беспрецедентные экологические и социальные последствия.

Все начинается с потребителя. Вслед за Адамом Смитом представители экономического мейнстрима утверждали, что потребители – «главные действующие лица», которые делают рациональный выбор с целью максимального удовлетворе-

ния своих потребностей. На самом же деле потребители принимают несовершенные решения на основе представлений, которые складываются под воздействием неполной или предвзятой информации. Их решения формируются в первую очередь под влиянием рекламы, культурных стереотипов, социальных влияний, физиологических импульсов и психологических ассоциаций, и каждое из этих влияний в отдельности может приводить к росту потребления.

Физиологические побуждения играют центральную роль в стимулировании потребления. Врожденное желание испытать радостное возбуждение и облегчить дискомфорт является мощным двигателем — подобно тому, как голод вел человека на поиски пропитания, это желание на протяжении тысячелетий помогало ему выживать и делало жизнь проще и легче. Такие импульсы закрепляются опытом потребления. То, что однажды в прошлом доставило нам удовлетворение, вызывает радостные воспоминания, поддерживая желание вновь испытать это ощущение. В обществе потребителей, где есть в избытке продовольствие и другие товары, эти импульсы вызывают нездоровый уровень потребления, в частности потому, что они дополнительно стимулируются рекламой. Действительно, недавние исследования в области психологии показали, что эти импульсы могут возвращаться на подсознательном уровне, пробуждая желание потреблять в избытке. Ведь известно, что если человеку, не испытывающему жажды, предложить освежающий напиток, ему скорее всего захочется пить.

Потребительские привычки также имеют социальные корни. Потребление — частично социальный акт, через который люди выражают свою личную или групповую принадлежность, например, выбирая газету, издаваемую данной политической партией, или следуя моде, свойственной данной социальной группе. В отличие от потребностей в пище, воде и других товарах, которые ограничены пределами физиологических возможностей человека, социальные мотиваторы потребления, как правило, неиссякаемы. Например, к 1954 г. каждый средний англичанин уже имел вполне достаточную материальную базу для того, чтобы жить достойной жизнью, т. е. был обеспечен необходимым количеством еды и одежды, жильем и доступом к транспорту. Поэтому увеличение расходов, сопровождавшее удвоение благосостояния на протяжении последующих сорока лет, было, скорее всего, связано с удовлетворением социальных и психологических потребностей. К примеру, после первой пары ботинок любая следующая покупка обуви продиктована отнюдь не тем, что нужно защитить ноги, а скорее стремлением к комфорту, стилю или определенному статусу. Такие желания могут быть безграничны и поэтому способны бесконечно двигать потребление по восходящей.

Изобилие товаров как следствие повышения эффективности производства в результате промышленной революции дополнительно пробуждает социальные и психологические мотивы потребления. Сегодня рабочие производят в неделю такое количество продукции, на которое в XVIII столетии уходило 4 года. Различные новшества, включая сборочную линию Генри Форда, позволили сократить время производства автомобильного шасси с 12,5 часов в 1913 г. до 1,5 часов в 1914 г., а теперь и того больше. Сегодня завод *Toyota* в Японии ежедневно производит 300 готовых автомобилей модели *Lexus*, используя труд только 66 рабочих и 310 роботов. Рост эффективности производства способствовал резкому сокра-

щению затрат и активизации продаж. Одним из наглядных примеров является производство полупроводников: рост производительности помог снизить стоимость одного мегабита вычислительных возможностей с 20 тыс. долларов в 1970 г. до 2 центов в 2001 г. Такого порядка увеличение вычислительных возможностей при гораздо более низкой цене подхлестнуло современную компьютерную революцию.

Глобализация также позволила снизить цены и стимулировала потребление. С 1950 г. в результате серии раундов торговых переговоров тарифы на многие товары устойчиво снижались, что повлекло за собой реальные последствия для индивидуальных потребителей: например, австралийцы сегодня платят в среднем на 2900 австралийских долларов меньше за каждый автомобиль благодаря сокращению тарифов, которые вступили в силу с 1998 г. Соглашение об информационных технологиях, подписанное в 1996 г. в рамках Всемирной торговой организации, полностью отменило тарифы на большинство компьютеров и информационных технологий, что позволило снизить стоимость многих товаров на 20—30%. Проведенные с 1950 г. восемь раундов глобальных торговых переговоров сегодня рассматриваются как основной фактор, повлекший за собой всемирную экономическую экспансию.

Мир в эпоху глобализации также позволил крупным корпорациям перешагнуть национальные границы в поисках более дешевой рабочей силы, чтобы платить новым рабочим всего 1 пенни в час. Количество зон экспортной переработки (ЗЭП), т. е. регионов с минимально регулируемым производством, которые обеспечивают продукцией глобальную торговлю, за прошедшие 30 лет выросло в результате повышения спроса на недорогую рабочую силу и стремления увеличить объемы экспорта. Если в 1975 г. насчитывалось 79 ЗЭП в 25 странах мира, то к 2002 г. их число выросло приблизительно до 3000 в 116 государствах. На их территории используется труд приблизительно 43 млн рабочих, которые шьют одежду, спортивную обувь, собирают игрушки и другие товары за гораздо меньшие деньги, чем это стоило бы в индустриально развитых странах. Существование этих зон повышает доступность недорогих товаров для глобального потребителя, однако производителей часто критикуют за то, что на территории ЗЭП поощряется нарушение трудовых норм и прав человека.

Различные технологические новшества зачастую повышали эффективность производства путем расширения технических возможностей в процессе извлечения ресурсов. Современные рыболовецкие суда, так называемые «супертраулеры», к примеру, могут пропускать сотни тонн рыбы в день. За 15 лет с начала их коммерческой эксплуатации использование этих судов стало одной из причин снижения численности популяции многих видов океанической рыбы на 80%. В горнодобывающей промышленности теперь также используется более мощная техника: в США добывающие предприятия повсеместно применяют «mountain-top removal», в результате чего некоторые горы становятся на десятки метров ниже своей первоначальной высоты. Вот другой пример: вместимость буксируемых грузовиков увеличилась в 8 раз — с 32 т в 1960 г. до 240 т в начале 1990-х. Производительность труда каждого американского шахтера за тот же период выросла более чем втрое. Наконец, заводы по производству древесной щепы, где цельную древесину размалывают в стружку для производства изделий из бумаги

и прессованной древесины, ежедневно превращают в опилки более 100 нагруженных доверху грузовиков. Подобный прогресс в способности человечества эксплуатировать обширные запасы ресурсов по более низкой стоимости помогает снабжать рынки недорогими товарами, таким образом подталкивая рост потребления.

Дешевая энергия и улучшение транспортных условий также стимулировали производство, поскольку способствовали снижению затрат и обеспечили более широкое распространение продукции. Несмотря на взлет цен на нефть в 1970-х гг., отрегулированная инфляцией цена в 1997—2001 гг. была только на 7% выше, чем в 1970—1974 гг. Сокращение затрат на транспортировку также помогло сделать товары доступными для большего числа людей. С 1980 по 1993 г. расценки на авиаперевозки на большинстве международных маршрутов снизились почти на 3%, и теперь покупатели в Европе и Северной Америке уже не удивляются, когда видят такие скоропортящиеся продукты, как яблоки из Новой Зеландии или виноград из Чили, на полках своих супермаркетов. Расширение рынков также позволяет компаниям по максимуму использовать разделение труда в процессе создания и поставки товаров и услуг на рынки сбыта, а также значительно экономить на масштабах, что в свою очередь также снижает производственные затраты.

Беспрецедентные темпы улучшения технологических и транспортных условий в XX столетии привели к появлению огромного количества новых видов товаров и услуг. В Америке аудитория радиослушателей достигла 50 млн человек за 38 лет, в то время как телевидению на это потребовалось 13 лет, а Интернету и того меньше — всего 4 года. Производственные линии в сфере информационных технологий продолжали работать не переставая: благодаря действию закона Мура — эмпирического правила, утверждающего, что мощность микропроцессоров удваивается каждые 18 месяцев, — на рынке постоянно появлялись все более и более мощные компьютеры и другая электронная продукция. Регулярное появление новых видов товаров в свою очередь привело к ускорению товарооборота этих изделий в последние 20 лет, стимулируя при этом рост потребления.

Движущие силы потребления можно обнаружить в тех экономических реалиях, с которыми сталкиваются современные корпорации. Большинство компаний имеет существенные постоянные затраты — расходы на тяжелое оборудование, производственные помещения и грузовые транспортные средства, необходимые для того, чтобы производить и продавать продукцию. Например, современный завод по выпуску полупроводников стоит около 3 млрд долл. Эта огромная сумма должна быть выплачена даже в том случае, если уровень продаж недостаточно высок. Поэтому постоянные затраты представляют финансовый риск. Эту опасность можно уменьшить, если наращивать объемы производства и продаж настолько, чтобы распределить постоянные издержки на как можно больший объем изделий и разнообразные рынки. Таким образом, непрекращающееся давление, вызванное необходимостью покрывать постоянные издержки, вынуждает компании расширять производство и, следовательно, искать новых покупателей для выпускаемой ими продукции.

Потребность в новых клиентах дает бизнесу сильный стимул для развития множества новых инструментов стимулирования потребительского спроса, многие из которых спекулируют на физиологических, психологических и социальных по-

требностях человека. Реклама, возможно, наиболее мощный из этих инструментов. Сегодня реклама проникла почти во все виды средств массовой информации, включая коммерческое теле- и радиовещание, печатные средства информации и Интернет. Глобальные расходы на рекламу достигали 446 млрд долл. в 2002 г. (по курсу 2001 г.), т. е. выросли почти в 9 раз по сравнению с 1950 г. (рис. 7—1). Более половины этих средств потрачены в США, где рекламные объявления занимают в среднем примерно две трети газетных полос, а также почти половину почтовой корреспонденции, которую получают американцы, и четверть эфирного времени на телевидении. В других странах реклама также продолжает активно развиваться. За пределами США расходы на рекламу выросли в 3,5 раза за последние 20 лет, причем особенно быстрый рост наблюдается в странах с молодой рыночной системой. В Китае только за 2002 г. расходы на рекламные объявления увеличились на 22%.

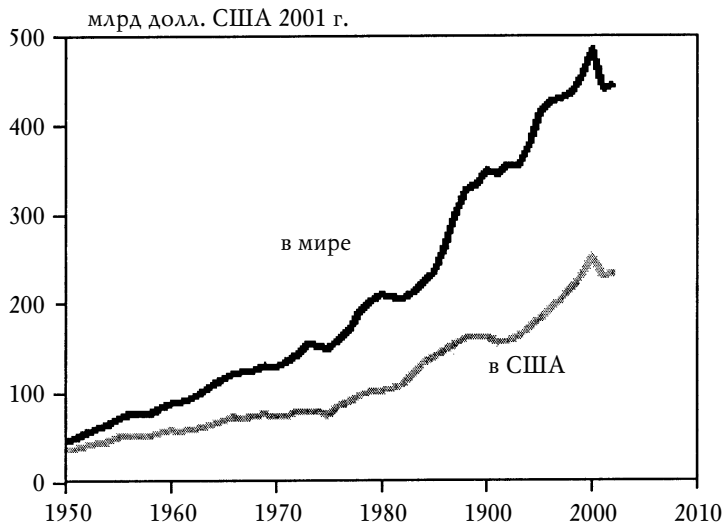


Рис. 7—1. Расходы на рекламу в мире и в США (1950—2002 гг.)

Источник: Bob Coen Universal McCann's Insider's Report on Advertising Expenditures. June 2003. <www.mccann.com/insight/bobcoen.html>; Bob Coen Estimated World Advertising Expenditures. <www.mccann.com/insight/bobcoen.html>.

Реклама становится все более навязчивой и изощренной: например, производители все чаще пытаются вставлять свои изделия в контекст кинофильмов и телевизионных программ. К примеру, недавние исследования показали, что более чем в половине случаев подростки делают первую затяжку, посмотрев, как курят в кино. Несмотря на появившийся в 1990 г. добровольный «запрет» на размещение рекламы изделий табачной промышленности, в Соединенных Штатах фактическое

число появлений рекламируемых товаров почти удвоилось: 85% из 250 лучших кинофильмов, снятых в период между 1988 и 1997 гг., содержат сцены курения. Действительно, в кино курение распространено втрое больше, чем в реальной жизни среднестатистических американцев. Голливуд зарабатывает, возможно, половину всех своих доходов за счет проката кинофильмов за рубежом, поэтому можно сказать, что курильщики в кино также работают на формирование вредных привычек на глобальном уровне. Неамериканские киностудии также все чаще служат в качестве средства для рекламирования табака. Приблизительно три четверти фильмов, снятых с 1991 по 2002 г. в Болливуде (индийский аналог Голливуда), включают сцены, где персонажи курят.

Инновационные деловые методы также помогли стимулировать потребительский спрос. Введение кредитных карт в Соединенных Штатах в 1940-х гг. позволило увеличить общий потребительский кредит почти в 11 раз с 1945 по 1960 г. Сегодня активное использование кредитных карточек продвигается очень энергично, так как прибыль компаний, выпускающих карты, зависит от того, насколько большой ежемесячный баланс потребители поддерживают на карте. В 2002 г. 61% американских пользователей кредитных карт держали на карте огромный ежемесячный баланс — в среднем 12 000 долл. по 16-процентной ставке. С такими процентами держатель карты должен оплачивать примерно 1900 долл. в год только за осуществление финансовых операций, а это больше, чем средний доход на душу населения (с учетом паритета покупательной способности валют) как минимум в 35 странах мира.

Кредитование также поощряет рост расходов в Азии, Латинской Америке и Восточной Европе. В Юго-Восточной Азии доля домашних хозяйств в общем объеме банковских займов увеличилась с 27% в 1997 г. до 40% в 2000 г. В нескольких странах крупные производители автомобилей получили возможность расширять производственные линии благодаря взрыву спроса на кредитование. Представитель «Дженерал Моторс» Филип Муртауг подчеркивает важность развития системы кредитования в Китае: «Мы ожидаем, что, как только здесь будут введены такие же системы всестороннего финансирования, какие существуют на предприятиях GM в США, наши продажи резко возрастут».

Наконец, государственная политика также иногда вносит свой вклад в поощрение роста потребления. Экономические субсидии, общая сумма которых в целом по миру составляет около 1 трлн долл. в год, могут иметь далеко идущие последствия, затрагивая различные отрасли экономики и попутно стимулируя потребление. Например, американское правительство начиная со времен Второй мировой войны предоставляло субсидии для пригородного жилищного строительства путем введения налоговых льгот и других привилегий. Заселение в просторные пригородные дома приводило к росту спроса на широкий ассортимент товаров длительного пользования, включая холодильники, телевизоры, мебель, стиральные машины и автомобили. Известно, что производство автомобилей, в свою очередь, поглощает огромные объемы сырья, в том числе треть американского железа и стали, пятую часть алюминия и две трети свинца и каучука. Кроме того, развитие пригородного жилищного строительства требовало увеличения государственных затрат на строительство новых дорог, пожарных станций, полицейских участков и школ. Чикагский Центр технологий развития жилья (*Center for*

Neighborhood Technology) обнаружил в конце 1990-х гг., что экстенсивное развитие территорий приблизительно в 2,5 раза более материалоемко, чем интенсивное развитие. Таким образом, решение субсидировать пригородное жилищное строительство имело глубокие последствия для развития американской модели потребления во второй половине XX столетия.

ПРОБЛЕМЫ В РАЮ

В 1999 г. в своей книге «Естественный капитализм», представляющей собой анализ экономики индустриально развитых стран, авторы Пол Хокинс, Эймори Ловинс и Гантер Ловинс утверждали, что Соединенные Штаты производят гигантские объемы того, что авторы предлагают называть «отходами», понимая под этим любые расходы, понесенные без получения каких-либо ценностей. Эти издержки являются платой за огромное число невостребованных побочных продуктов и эффектов, производимых американской экономической системой, которые среди прочего включают загрязнение воздуха и воды, время, впустую потраченное в транспорте, ожирение и преступность. По расчетам авторов, эти излишние расходы обходились Соединенным Штатам по крайней мере в 2 трлн долл. в середине 1990-х гг., что примерно соответствует 22% общей стоимости американской экономики. Конечно, это очень приблизительные оценки, но подобный анализ полезен как способ привлечь всестороннее внимание к «оборотной стороне» современной экономики промышленно развитых стран. В настоящее время становится трудно игнорировать социальные и экологические потери от развития индустриальной экономики.

Действительно, сам факт существования «отходов» в более традиционном понимании этого слова, т. е. образующихся в домашних хозяйствах, на рудниках, строительных площадках и фабриках, свидетельствует о том, что индустриальная экономика дефектна по самой своей природе. В отличие от «товаров и услуг», произведенных миллионами других видов, живущих на нашей планете, которые вырабатывают полезные побочные продукты вместо ничего не стоящего мусора, в человеческой экономике изначально заложено невнимание к отходам производства и потребления. Последствия этого системного недостатка огромны, начиная с процесса добычи сырья. Например, на каждую тонну готовой к использованию меди приходится 110 т остаточной горной породы и руды. По мере того как месторождения металлов постепенно сокращаются, отходы имеют тенденцию увеличиваться: для того чтобы получить количество золота, необходимое для одного обручального кольца, в добывающей промышленности производится около 3 т токсичных отходов.

Данные об отходах потребления также открывают глаза на многое, особенно если рассматривать богатые страны. Средний житель любой из стран Организации экономического сотрудничества и развития производит 560 кг городских отходов в год, и все кроме трех из тех 27 стран, которые предоставляют свои данные, в 2000 г. производили больше отходов на душу населения, чем в 1995 г. Даже в таких странах, как Норвегия, которые считаются лидерами в области природоо-

хранной политики, до сих пор не решена проблема сокращения поступления отходов. В 2002 г. средний норвежец производил 354 кг отходов, т. е. на 7% больше, чем в предыдущий год. Доля переработанных отходов также возросла, но остановилась на уровне менее половины от общего количества произведенных отходов. Тем временем, американцы остаются мировыми чемпионами по отходам, производя на человека на 51% больше городских отходов, чем средний житель любой другой страны из состава Организации экономического сотрудничества и развития. Немного обнадеживают сообщения о том, что в Соединенных Штатах образование отходов на человека стабилизировалось на уровне 1990-х гг. Однако эти цифры все еще очень высоки, и на фоне продолжающегося в США роста численности населения общие объемы мусора огромны.

Тенденции в использовании природных ресурсов и изменении состояния экосистем указывают на то, что природные ландшафты также испытывают сильный стресс под действием роста потребления (табл. 7—7). В 2002 г. в журнале «Наука» (*Science*) появилась публикация, основанная на результатах исследований, проведенных международной командой экологов, экономистов и биологов — специалистов в области охраны природы. В статье было сказано, что почти все мировые экосистемы сокращаются под натиском человека, уступая место жилым застройкам, фермерским хозяйствам, торговым площадям, заводам и фабрикам. Исследования показали, что слой морских водорослей сокращается на 0,01—0,02% каждый год, тропические леса — на 0,8%, улов морской рыбы — на 1,5%, площадь пресноводных экосистем (болот, заливных лугов, озер и рек) — на 2,4%, а мангровые леса исчезают с угрожающей скоростью — на 2,5% ежегодно. Кроме того, приводились данные о больших ежегодных потерях площади коралловых рифов, естественных пастбищ и пахотных земель, которые трудно установить количественно. Положительная тенденция была отмечена только в зоне умеренных и бореальных лесов, площадь которых начала вырастать на 0,1% ежегодно после того, как уменьшалась на протяжении многих десятилетий. Достоверным подтверждением глобальной деградации окружающей среды служит Индекс живой планеты: с помощью этого показателя, предложенного Международной организацией WWF, измеряется здоровье лесных, морских, пресноводных и других природных экосистем. Этот индекс продемонстрировал 35-процентное ухудшение экологического благополучия планеты с 1970 г. (рис. 7—2).

Еще одним критерием оценки воздействия человеческого потребления на глобальные экосистемы является так называемый «экологический след» — система оценки, основанная на измерении площади продуктивных земель, необходимых для производства достаточного для данной экономической системы количества ресурсов и ассимиляции получаемых ею отходов. Вычисления, сделанные группой под названием «Новое определение прогресса» (*Redefining Progress*), штаб-квартира которой находится в Калифорнии, показывают, что Земля располагает 1,9 га биологически продуктивных земель на человека, способных снабжать нас необходимыми ресурсами и поглощать наши отходы. Тем не менее, запросы мировой экономики сегодня настолько велики, что средний человек использует не менее 2,3 га продуктивных земель. Эти обобщенные цифры, безусловно, скрывают за собой огромный диапазон значений «экологического следа»: так, среднему американцу необходимо 9,7 га земель, а жителю Мозамбика — всего 0,47 га. Подобный анализ показывает, что мировые уровни

Глобальные природные ресурсы и тенденции изменений в окружающей среде

Экологический индикатор	Тенденция
Ископаемое топливо и атмосфера	В 2002 г. мировой объем использования угля, нефти и природного газа был в 4,7 раза выше, чем в 1950 г. Содержание диоксида углерода в 2002 г. было на 18% выше, чем в 1960 г., и предположительно выросло на 31% с начала промышленной революции, т. е. примерно с 1750 г. Ученые связывают тенденцию потепления климата в XX столетии с увеличением концентрации в атмосфере диоксида углерода и других парниковых газов.
Деградация экосистем	Более половины мировой территории водно-болотных угодий, от прибрежных болот до континентальных речных пойм, были утеряны в результате осушения или заполнения водой при строительстве населенных пунктов или развитии сельского хозяйства. Исчезло около половины мирового первоначального лесного покрова, и еще 30% деградировано или фрагментировано. В 1999 г. глобальное использование древесины в качестве топлива, для производства пиломатериалов, бумаги и других изделий было почти вдвое больше, чем в 1950 г.
Уровень моря	В XX столетии таяние континентальных ледниковых масс и увеличение объема океанических вод в результате изменения климата привело к тому, что уровень моря повысился на 10—20 см, т. е. увеличивался со средней скоростью 1—2 мм в год. В результате повышения уровня моря маленькие островные государства, выбрасывающие менее 1% от глобальной парниковой эмиссии, подвержены повышенной опасности наводнений.
Почвы/земельные ресурсы	Около 10—20% мировых пахотных угодий и более 70% мировых пастбищ в той или иной форме подвержены деградации. По оценкам специалистов, за последние 50 лет в результате деградации земель производство продовольствия снизилось на 13% с пахотных земель и на 4% с пастбищ.
Рыболовство	Общий вылов рыбы в 1999 г. в 4,8 раза превысил данные за 1950 г. Только за последние 50 лет промышленный рыболовецкий флот выловил не менее 90% крупных морских хищников — тунца, марлиня, меч-рыбы, акулы, трески, палтуса, ската и камбалы.
Вода	Чрезмерная откачка подземных вод приводит к снижению уровня грунтовых вод в ключевых сельскохозяйственных регионах Азии, Северной Африки, Ближнего Востока и Соединенных Штатов. Качество грунтовых вод также ухудшается в результате стока удобрений и пестицидов, нефтехимического загрязнения вследствие утечек из сборных резервуаров, попадания в воду хлорных растворителей и тяжелых металлов, которые содержатся в отходах производства, а также радиоактивных отходов с ядерных установок.

Источник: Vital Signs. New York: W.W. Norton & Company. Various editions (2000—2003); Ransom A. Myers and Boris Worm Rapid Worldwide Depletion of Predatory Fish Communities//Nature. 15 May 2003. P. 280—283.

потребления превысили экологическую емкость планеты уже в конце 1970-х или начале 1980-х гг. Поддержание такого чрезмерного уровня потребления возможно только за счет истощения резервов природных ресурсов до такой степени, когда, например, откачка артезианских вод приводит к снижению уровня грунтовых вод.



Рис. 7—2. Изменение экономической активности и состояния экосистем (1970—2000 гг.)

Источник: Living Planet Report 2002. WWF International, UNEP, and Redefining Progress (RP). <www.panda.org/news_facts/publications/general/livingplanet/index.cfm>. P. 21; Angus Maddison The World Economy: A Millennial Perspective. Paris: OECD, 2001. P. 272—321; World Economic Outlook Database. International Monetary Fund. Washington, DC: December 2002.

Настойчивое стремление вступить в общество массового потребления во многих странах также коррелирует со снижением показателей здоровья. «Болезни потребления» становятся все более распространенными. К примеру, курение — потребительская привычка, подпитываемая десятками миллиардов долларов, затраченных на рекламу, — ежегодно служит причиной около 5 млн смертей во всем мире. В 1999 г. медицинские расходы и снижение производительности труда, связанные с потреблением табака, стоили США более 150 млрд долл.— почти в 1,5 раза больше, чем доход пяти самых больших многонациональных табачных компаний в том же году. Избыточный вес и ожирение, обычно как следствие неправильного питания и сидячего образа жизни, являются проблемой для более чем миллиарда человек, снижают качество жизни в целом, а также вынуждают общество тратить миллиарды долларов на здравоохранение и способствуют быстрому росту заболеваемости сахарным диабетом. По данным за 1999 г., в Соединенных Штатах 65% взрослых страдают излишним весом, что

влечет за собой 300 тыс. смертей ежегодно и как минимум 117 млрд долл. расходов на медицинские услуги.

Если исходить из динамики Индекса социального здоровья, предложенного Университетом в Фордэме, общий уровень «социального здоровья» в Соединенных Штатах за последние 30 лет также снизился. Изменение этого индекса с 1970 г. констатировало рост бедности, числа самоубийств в подростковом возрасте, несовершенство системы страхования здоровья и неравенство доходов. Несмотря на более высокие уровни потребления, по многим показателям развития Соединенные Штаты проигрывают большинству развитых стран: так, США занимают последнее место в списке 17 стран ОЭСР, для которых был просчитан так называемый Индекс бедности населения для индустриальных стран. Этот индекс, разработанный в рамках Программы развития ООН, интегрирует показатели бедности, функциональной неграмотности, продолжительности жизни и социального участия.

Исследования, проведенные в странах ОЭСР, также свидетельствуют об отстранении населения от гражданской активности в некоторых промышленно развитых государствах, особенно в Соединенных Штатах и Австралии. В обеих странах уровень членства в формальных организациях снизился, так же как уровень участия в собраниях и готовности брать на себя роль лидера. Неформальные социальные контакты — игра в карты с соседями, пикники и т. п. — также стали заметно более редкими в обеих странах, как и уровень доверия друг к другу среди населения и в учреждениях. Данные относительно других процветающих стран более оптимистичны, хотя начальные признаки социального разобщения очевидны и здесь. Во многих европейских странах уровень членства в организациях остается высоким, однако степень активности участия в жизни общества и лично-го взаимодействия постепенно снижается, а членство чаще всего носит непродолжительный характер. Даже в Швеции, где были традиционно развиты различные формы общественной самоорганизации, появляются некоторые поводы для беспокойства: население становится все более аполитичным, снижается уровень доверия к учреждениям.

Профессор Гарварда Роберт Путнам, специализирующийся в области общественной политики, выделяет три главных особенности американского общества, влияющих на снижение гражданской активности: дефицит времени, рост малоэтажного строительства и телевидение как основной вид досуга. Вместе эти факторы на 50% обуславливают сложившуюся ситуацию, при этом все три связаны с высоким потреблением: нехватка времени часто вызвана необходимостью много работать, чтобы потакать своим потребительским привычкам; разрастание жилой застройки есть функция от автомобильной зависимости и желания жить в большом доме и владеть большим имуществом; телевидение в свою очередь поощряет потребление через воздействие рекламы и телепрограмм, в которых потребительский образ жизни представляется в романтизированном виде.

Возможно, главной уликой, доказывающей, что дальнейший рост потребления перестал предлагать новые преимущества, являются результаты исследований, показывающие, что уровень личного благосостояния в богатых странах продолжает расти, а доля людей в этих же странах, которые утверждают, что они «очень счастливы», остается неизменной. По данным этих исследований, в малообеспечен-

ной среде количество людей, заявляющих, что они «счастливы», по мере роста доходов увеличивается, но в следующей по доходам группе населения взаимосвязь между ощущением счастья и дальнейшим ростом процветания нарушается. Тот факт, что дальнейший рост обеспеченности и потребления не может принести удовлетворения, пожалуй, является наиболее красноречивым аргументом в пользу того, что настала пора переоценить существующее отношение к потреблению.

Неспособность потребления обеспечить полноценную жизнь вызывает разочарованность среди ученых, лиц, принимающих решения, и широкой общественности. В 1990-е гг. было издано множество книг, в которых высказывалась критика в адрес обществ, построенных на потреблении. Названия говорят сами за себя: «Американцы сорят деньгами», «Переутомленная Америка», «Век всеобщего потребления», «Как бороться с потреблением», «Высокая цена материализма», а также многие другие. Хотя исследования во многом отличаются друг от друга, авторы сходятся на том, что общество, ориентированное на потребление, нежизнеспособно по социальным или экологическим причинам.

Недовольство последствиями роста потребления в последнее время также заметно как в политической среде, так и среди простых граждан. Несколько европейских правительств уже осуществляют или планируют провести реформу по изменению рабочих графиков и введению льгот для семейного отдыха. Часть населения в Европе и Соединенных Штатах начинают вести более скромный образ жизни. Медленно но верно в сознании людей потребление с главных ролей начинает переходить на роли второго плана.

НОВАЯ РОЛЬ ДЛЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ?

Несмотря на проблемы, коренящиеся в обществе потребления, а также на то, что уже предприняты первые шаги в попытке перевести рельсы общественного развития на менее разрушительный путь, большинство людей в развитых странах все еще ориентированы на рост потребления, в то время как большая часть населения развивающихся стран продолжают прозябать в бедности. Чтобы можно было и дальше развивать интерес к новой роли потребления в жизни людей, необходимо найти ответы на 4 ключевых вопроса:

- Действительно ли качество жизни глобального потребительского класса повышается с ростом потребления?
- Может ли общество придрерживаться сбалансированного потребления, особенно потребления в гармонии с окружающей природной средой?
- Может ли общество изменять выбор потребителя в сторону «подлинности» этого выбора?
- Может ли общество принять в качестве приоритета удовлетворение основных потребностей всех его членов?

Учитывая все вышесказанное, остаются ли потребители в выигрыше от того, что они являются носителями глобальной потребительской культуры? Каждый от-

дельный человек, будучи важным арбитром в этом вопросе, мог бы задуматься о своих личных затратах, связанных с высоким уровнем потребления. Сюда входят денежные расходы, а также время и усилия, потраченные на то, чтобы зарабатывать для поддержания высокого уровня потребления, и время, которое приходится уделять собственному имуществу, чтобы содержать его в чистоте и порядке, модернизировать, поддерживать в рабочем состоянии и т. п. Наконец, человеку стоит задуматься о том, как потребление заменяет ему общение с семьей и друзьями.

Как отдельным людям, так и высшим должностным лицам стоит обратить внимание на тот кажущийся парадокс, что качество жизни часто можно улучшить, действуя в рамках определенных ограничений на потребление. Леса, например, могут быть доступны абсолютно всем без ограничений, если частота проведения рубок не превышает сроки возобновления. Если говорить о каждом отдельном человеке, то тот, кто устанавливает для себя конкретные параметры личного благополучия, например, берет за правило ежедневно делать физические упражнения и хорошо питаться, скорее всего, будет иметь более высокое качество жизни, чем тот, кто ни в чем себя не ограничивает. Действительно, основная предпосылка экономики массового потребления, которая заключается в том, что неограниченное потребление приемлемо и даже желательно, существенно расходится с жизненными моделями из мира природы и с постулатом о необходимости самоограничения, который красной нитью проходил через труды величайших философов и религиозных идеологов в различных культурах на протяжении большей части истории человечества.

Далее, можно ли считать наше потребление экономически, социально и экологически сбалансированным? В обществе массового потребления законы и экономические стимулы зачастую поощряют население переступать через ключевые экономические, социальные и экологические границы. Банки и кредитные организации предлагают потребителям брать на себя тяжелые долговые обязательства; предприятия и частные лица используют леса, грунтовые воды и другие возобновимые ресурсы сверх их способности к восстановлению; начальство часто вознаграждает сотрудников за сверхурочную работу. Каждая из этих крайностей имеет свою цену, которую приходится платить за счет личного или общественного благополучия. Существует множество изобретательных способов гармонизировать потребительский выбор с социальными нуждами и потребностями окружающей среды, начиная с законодательства, устанавливающего уровни содержания в продукции вторично переработанного сырья и заканчивая документами, гарантирующими «возврат» продукции, т. е. предусматривающими ответственность производителей за товары и отходы, которые они создают.

Следующий вопрос заключается в том, имеют ли потребители возможность «реального» выбора, обеспечивающего удовлетворение их потребностей? Понятно, что общество массового потребления может предложить гораздо большее количество изделий и услуг, чем любая другая экономическая система в истории человечества. И все же потребители не всегда находят то, что им действительно нужно. Рассмотрим пример с транспортом: безопасный и удобный доступ к всего лишь пяти альтернативным способам передвижения — пешком, на велосипеде, в общественном транспорте и на автомобиле, своем или чужом, — дает человеку более реальную возможность добраться до места назначения, чем ассортимент из 100 моделей у фирмы-дилера. Даже там, где существует возможность реального выбора, наиболее

желательный выбор может оказаться недоступным, взять хотя бы ситуацию с натуральными продуктами в некоторых странах. Правительства должны пересмотреть экономические стимулы, а также существующие нормы и правила, чтобы гарантировать, что компании предлагают доступный выбор, отвечающий потребностям потребителей. Они также могут сыграть свою роль в ограничении избыточного потребления, прежде всего путем отмены потребительских стимулов, таких как энергетические субсидии или поощрение низкой плотности застройки территорий.

И наконец, может ли общество создать такую этику потребления, в которой приоритетным будет удовлетворение основных потребностей всех его членов? Физическое благополучие, включая доступ к здоровой пище, чистой воде и санитарным условиям, образование, здравоохранение и физическую безопасность, является основой всех личных и общественных достижений. Пренебрежение этими основами неизбежно ограничивает возможности большого числа людей реализовать свой личный потенциал — и свою способность внести осознанный вклад в жизнь общества. В мире, где количество людей, живущих менее чем на 2 долл. в день, превышает численность глобального класса потребителей, стремление богатых стать еще богаче без всяких гарантий, что это сделает их счастливее, ставит серьезные этические вопросы.

Даже если отбросить моральный императив, забота о всеобщем благе отвечает интересам каждого отдельного человека. Невнимание к потребностям беднейших может угрожать безопасности богатого населения и вести к увеличению расходов на защитные меры. Необходимость тратить миллиарды долларов на войны, обеспечение безопасности границ и поддержание мира, возможно, напрямую обусловлена игнорированием актуальных мировых социальных и экологических проблем. То же самое происходит на уровне отдельных сообществ. Расходы на частное образование, проживание в элитных коттеджных поселках и домах с системой сигнализации — вот чем оборачивается нежелание вкладывать средства в решение проблем, с которыми сталкиваются бедные. Оказывается, удовлетворять основные жизненные потребности всего населения — и благородно, и разумно.

Итак, если мы сможем найти ответы на перечисленные 4 вопроса, то потребление постепенно перестанет занимать центральное место в нашей жизни, и у нас появится свободное время для построения гражданского сообщества и укрепления межличностных отношений, т. е. будут созданы факторы, которые, по убеждению психологов, необходимы человеку для полноценной жизни. Способствуя смещению общественных приоритетов в сторону роста благополучия людей вместо простого накопления материальных ценностей, потребление может действовать не просто как двигатель экономики, но как инструмент улучшения качества жизни.

ЛИТЕРАТУРА

(список приводится в сокращенном варианте)

1. *Anders Hayden* Europe's Work-Time Alternatives//John de Graaf, ed. Take Back Your Time. San Francisco: Berrett Koehler, 2003. P. 204.
2. *Andrew Balmford et al.* Economic Reasons for Conserving Wild Nature//Science. 9 August 2002.
3. *Angus Maddison* The World Economy: A Millennial Perspective. Paris: OECD, 2001.
4. *Bob Coen* Universal McCann's Insider's Report on Advertising Expenditures. June 2003. <www.mccann.com/insight/bobcoen.html>.
5. Employment and Social Policy in Respect of Export Processing Zones. International Labour Organization, Committee on Employment and Social Policy. Geneva: November 2002.
6. FAOSTAT Statistical Database. U.N. Food and Agriculture Organization (FAO). <apps.fao.org>.
7. *Gary Gardner and Payal Sampat* Mind Over Matter: Recasting the Role of Materials in Our Lives//Worldwatch Paper 144. Washington DC: Worldwatch Institute, December 1998.
8. Human Development Report 2003. U.N. Development Programme (UNDP). New York: Oxford University Press, 2003.
9. *J. R. McNeill* Something New Under the Sun: An Environmental History of the 20th Century World. New York: W.W. Norton & Company, 2001. P. 315.
10. *Janet Abramovitz and Ashley Matoon*, Paper Cuts: Recovering the Paper Landscape//Worldwatch Paper 149. Washington, DC: Worldwatch Institute, December 1999. P. 6, 11—12.
11. *John A. Bargh* Losing Consciousness: Automatic Influences on Consumer Judgment, Behavior, and Motivation//Journal of Consumer Research. September 2002. P. 280—285.
12. *John de Graff, David Wann, and Thomas Naylor*, Affluenza: The All-Consuming Epidemic. San Francisco, CA: Berrett-Koehler Publishers, Inc., 2001. P. 149.
13. State of the Nation's Housing 2003. Joint Center for Housing Studies. Cambridge, MA: Harvard University, 2003. P. 32.
14. Joint WHO/FAO Expert Consultation on Diet, Nutrition and the Prevention of Chronic Diseases. WHO and FAO. Geneva: 2002.
15. *Joshua Kurlantzick* Charging Ahead: America's Biggest New Export — Credit Cards — Could Bring Down the World Economy//Washington Monthly. May 2003. P. 28—29.
16. *Judith Mackay and Michael Eriksen* The Tobacco Atlas. Geneva: WHO, 2002. P. 50.
17. Living Planet Report 2002. WWF International, UNEP, and Redefining Progress (RP). <www.panda.org/news_facts/publications/general/livingplanet/index.cfm>.
18. *Lizabeth Cohen* A Consumer's Republic: The Politics of Mass Consumption in Postwar America. New York: Alfred A. Knopf, 2003.
19. *Majid Ezzati and Alan D. Lopez* Estimates of Global Mortality Attributable to Smoking in 2000//The Lancet. 13 September 2003. P. 847—852.
20. *Mathis Wackernagel et al.* Tracking the Ecological Overshoot of the Human Economy//Proceedings of the National Academy of Sciences. 9 July 2002. P. 9268.
21. *Matthew Bentley* Forging New Paths to Sustainable Development//UNEP Background Paper. Asia Pacific Expert Meeting on Promoting Sustainable Consumption and Production Patterns. Yogyakarta, Indonesia: 21—23 May 2003.
22. *Matthew Bentley* Sustainable Consumption: Ethics, National Indices and International Relations. PhD dissertation, American Graduate School of International Relations and Diplomacy. Paris: 2003.
23. *Michael Bond* The Pursuit of Happiness//New Scientist. 4 October 2003. P. 40—47.
24. *Nathan Rosenberg* Technology//Glenn Porter, ed. Encyclopedia of American Economic History. Vol. 1. New York: Charles Scribner's Sons, 1980. P. 294—308.

25. National Household Travel Survey 2001 Highlights Report. U.S. Department of Transportation, Bureau of Transportation Statistics. Washington, DC: 2003.
26. *Nico Keilman* The Threat of Small Households//Nature. 30 January 2003.
27. Transportation Energy Data Book. Oak Ridge National Laboratory. Edition 22. Oak Ridge, TN: September 2002. P. 7—1.
28. The Well Being of Nations: The Role of Human and Social Capital. Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD). Paris: 2001. P. 99—103.
29. OECD Environmental Data Compendium 2002. Paris: OECD, 2003.
30. OPEC Annual Statistics Bulletin 2001. Organization of the Petroleum Exporting Countries (OPEC). Vienna: 2001. P. 119.
31. *Paul Hawken, Amory Lovins, and L. Hunter Lovins* Natural Capitalism: Creating the Next Industrial Revolution. Boston: Little, Brown, and Company, 1999. P. 57—60.
32. *Payal Sampat* Scrapping Mining Dependence//State of the World 2003. New York: W.W. Norton & Company, 2003.
33. *Peter Lunt* Psychological Approaches to Consumption: Varieties of Research — Past, Present and Future//Daniel Miller, ed. Acknowledging Consumption. London: Routledge, 1995. P. 238—63.
34. Pots of Promise//The Economist. 24 May 2003. P. 69—71.
35. *Ransom A. Myers and Boris Worm* Rapid Worldwide Depletion of Predatory Fish Communities//Nature. 15 May 2003. P. 280—283.
36. *Robert Kubey and Mihaly Csikszentmihalyi* Television Addiction Is No Mere Metaphor//Scientific American. February 2002. P. 74—80.
37. *Robert Putnam* Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community. New York: Simon & Schuster, 2000. P. 189—246.
38. The Social Report 2003. The Fordham Institute for Innovation in Social Policy. New York: 2003.
39. Millennium Indicators Database. United Nations Statistical Division. <unstats.un.org/unsd/mi/mi_series_xrxx.asp?row_id=640>.
40. The State of the World's Children 2003. UNICEF. New York: 2003. P. 95.
41. The Surgeon General's Call to Action to Prevent and Decrease Overweight and Obesity, 2001. U.S. Department of Health and Human Services. Washington, DC: 2001.
42. *Thomas L. Friedman* The Lexus and the Olive Tree. New York: Farrar, Strauss, Giroux, 1999.
43. *Tim Jackson and Nic Marks* Consumption, Sustainable Welfare and Human Needs//Ecological Economics. Vol. 28. № 3 (1999). P. 421—442.
44. Towards Sustainable Consumption: An Economic Conceptual Framework. OECD. Paris: Environment Directorate, June 2002. P. 41.
45. UNEP Urges Asia-Pacific Towards a Cleaner, Greener Development Path. U.N. Environment Programme (UNEP). Press release. Nairobi: 19 May 2003.
46. United Nations Population Division. Online database. <esa.un.org/unpp>.
47. Ward's Motor Vehicle Facts & Figures 2001. Ward's Communications. Southfield, MI: 2001.
48. World Development Indicators 2000. Washington, DC: World Bank, 2000. P. 222—224.
49. World Development Indicators Database. World Bank. <media.worldbank.org/secure/data/query.php>.
50. World Economic Outlook Database. International Monetary Fund. Washington, DC: December 2002.
51. World Population Prospects: The 2002 Revision. United Nations. New York: 2003.
52. World Telecommunication Development Report 2002. International Telecommunication Union (ITU). Geneva: 2002.
53. Worldwatch Institute. Vital Signs. New York: W.W. Norton & Company. Various editions (2000—2003).