

года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.economy.gov.by/uploads/files/NSUR2030/Natsionalnaja-strategija-ustojchivogo-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitiija-Respubliki-Belarus-na-period-do-2030-goda.pdf. – Дата доступа: 13.07.2019.

6 Концепция информационной безопасности Республики Беларусь [Электронный ресурс] : Постановление Совета Безопасности Респ. Беларусь, 18 марта 2019, № 1 – Режим доступа: <http://president.gov.by/uploads/documents/2019/1post.pdf>. – Дата доступа: 03.09.2019.

7 Стратегия развития информатизации в Республике Беларусь на 2016 – 2022 годы [Электронный ресурс] : [утв. на заседании Президиума Совета Министров Респ. Беларусь 03.11.2015, № 26]. – Режим доступа: <http://e-gov.by/zakony-i-dokumenty/strategiya-razvitiya-informatizacii-v-respublike-belarus-na-2016-2022-gody>. – Дата доступа: 21.08.2019.

8 Europe 2020 strategy [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/europe-2020-strategy>. – Дата доступа: 21.08.2019.

УДК 330.101

В.К. Сабаяев, П.С. Лемещенко

*Белорусский государственный университет, Минск
vladimirsabaev@gmail.com*

ТЕОРИЯ ПРАЗДНОГО КЛАССА ВЕБЛЕНА И ЕЁ АКТУАЛЬНОСТЬ В 21 ВЕКЕ

Sabaev V.K., Liameschanka P.S. Belarusian State University, Republic of Belarus, Minsk.

THE THEORY OF LEISURE CLASS OF THORSTIEN VEBLEN AND ITS RELEVANCE IN THE 21ST CENTURY. This article is based on the work of the American economist Thorstein Veblen "The theory of the idle class." In my work, we set the task to find out the relevance of this theory in the 21st century. This topic is primarily associated with material values. The object of the study was the tendency of people to the behavior described in the book. We came to the conclusion that it is more relevant. We cannot give a definite answer. To get the results, I conducted a survey aimed at finding out the tendency of the residents of the Republic of Belarus to the lifestyle described

in the book. This work will be of practical value to businesses and professions related to advertising or sales.

KEYWORDS: leisure class in Republic of Belarus; modern leisure class.

Данная статья основывается на работе американского экономиста Торстэйна Веблена «Теория праздного класса». В своей работе мы ставили задачу выяснить актуальность этой теории в 21 веке. Данная тема в первую очередь связана с материальными ценностями, насколько они дороги нашим людям. Объектом исследования была склонность людей к поведению, описанном в книге. В большей степени актуальна. Но имеются некоторые особенности нашего общества, которые не дают сделать однозначный ответ. Для получения результатов мы провели опрос, нацеленный выяснить склонность жителей Республики Беларусь к образу жизни, описанному в книге. Работа будет иметь практическую ценность для бизнеса и профессий, связанных с рекламой или продажами.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: праздный класс Республики Беларусь, современный праздный класс.

В связи с тем, что капитализм недавно появился на территории нашей страны, его влияние нельзя полностью соотнести с Америкой начала 20-го века. Но важно заметить, что некоторые позиции вопроса полностью поддерживаются среди опрошенных.

Всего в опросе приняло 226 человек, различных возрастов. Вопросы касались каждой из 6 важных частей книги «Теории праздного класса»: Денежного соперничества, Показательной праздности, Показательного потребления, Денежного уровня жизни и денежных канонов вкуса.

Основное понятие в данной теории – это собственность. Интересно обстоят дела с накоплением материальных благ, в частности собственности: 86,7% посчитали это важным, для остальных это либо не важно, либо «Об этом ещё рано думать». Данная тенденция в большей степени наблюдается среди молодых людей. Это можно объяснить юношеским максимализмом и вполне достаточным обеспечением людей в 21 веке.

В процессе эволюции культуры возникновение праздного класса совпадает с зарождением собственности. Возникло расслоение общества на праздный и работающий классы. Работу черную и благородную. Целью приобретения и накопления принято считать потребление накопленных материальных благ. Мотив, лежащий в основе собственности, — соперничество. Обладание богатством

наделяет человека почетом, почет выделяет людей и делает их объектом зависти.

Обладание собственностью становится основой для уважения людей, оно тем самым становится также необходимым для той удовлетворенности собой, которую мы называем самоуважением. Помимо этого, мотивом к накоплению является власть, даруемая богатством. Возможность влиять на мнения и события, как в отдельном взятом случае, так и в масштабе общества. Скрытым экономическим мотивом остается склонность к достижению успеха и нерасположение к тщетности усилий.

Согласно опросу: Важно ли для Вас ваше материальное положение относительно других? Ответы: Да – 21,8 %, Нет – 31,1%, Зависит от окружения, в котором я нахожусь – 47,1%

Наиболее интересное состоит дело с темой отношения своих накоплений и накоплений других людей. Наиболее важным фактором является 47,1% ответов на третий вопрос. Человек стремится перейти из своего сословия в более высшее, но при переходе он сразу вступает в новое и становится равным с ним. Сохраняется тенденция по важности дифференциации материального положения.

Следующий шаг в развитии соперничества – это разделение людей на тех, кто богаче и беднее тебя. На вопрос «Прислушиваетесь ли Вы к советам и мнению людей, которые богаче и успешнее Вас?» более 50% респондентов ответили утвердительно без каких-либо пометок, четкое «нет» сказали 31%, остальные ссылались на профессиональные и личностные навыки в области совета.

Также стоит отметить интересную востребованность «Богатств» как таковых. Только 4,4% процента опрошенных не хотят увеличивать своих сбережения. Для 12,9% материальные ценности не являются чем-то очень необходимым. Но мы имеем то, что больше 80% людей стремятся накапливать свои сбережения. Да, для некоторых есть определенная граница, которая ограничивает деньги как средства и как цель. Также более 85,6% респондентов заявили о том, что для них наличие больших сбережений станет основой для чувства уверенности.

В привычном мышлении людей в условиях хищнической культуры труд начинает ассоциироваться со слабостью и подчинением хозяину. Труд, следовательно, является показателем более низкого положения и становится недостойным высокого звания человека. Труд воспринимается как унижающий достоинство, и традиция эта отнюдь не умерла. Наоборот, с развитием социальной дифференциации она приобретает силу аксиомы благодаря старинному, не-

писаному и не вызывающему сомнения закону. Для того чтобы заслужить и сохранить уважение людей, недостаточно лишь обладать богатством и властью.

Богатство или власть нужно сделать очевидными, ибо уважение оказывается только по представлении доказательств. И свидетельством богатства не только служит тому, чтобы внушать другим представление о своей важности и поддерживать ощущение своей значимости в других людях, — оно едва ли не так же полезно в создании и оберегании своего самодовольства.

Что касается труда, то тут отмечается тенденция к востребованности среди людей, особенно молодых, умственного труда. Также сильным отличием от прошлого считается отсутствие предвзятого внимания к людям, которые работают по найму. Только 2,7% респондентов сказали о том, что труд по найму — это однозначное принижение достоинства и более низкого положения в обществе. В свою очередь 25,3% рассматривают этот вопрос в разрезе других факторов наёмного труда.

Следует большее внимание уделить демонстративному потреблению, денежному уровню жизни и канонам вкуса. Основные вопросы связаны с удовольствием от владения и пользования тайными и известными богатствами, выбору среди определённых товаров в зависимости от цены.

Одним из результатов появления и развития демонстративной праздности и потребления стоит считать появление денежного уровня жизни и денежных канонв вкуса.

Для большей части людей в современном обществе непосредственным мотивом денежных расходов сверх тех, что необходимы для физического благополучия, является не столько сознательное стремление превзойти других в размере явного потребления, сколько желание держаться на уровне общепринятых требований благопристойности в качестве и количестве потребляемых товаров.

Мотив — это желание действовать сообразно с установившейся практикой, стремление избежать неблагосклонного внимания, жить на уровне общепринятых канонв благопристойности как по виду, количеству и сорту потребляемых товаров, так и по пристойному употреблению своего времени и сил.

Для определения данного вопроса мы рассмотрели три продукта, которые могут отразить отношение к расточительному потреблению: вино, смартфон, автомобиль. Именно эти товары подходят для личного и общественного потребления.

Вопросы:

1) Будет ли влиять цена и бренд двух бутылок вина на решение по выбору? (примерно одинаковых по вкусу и качеству): Да (возьму более дорогой и узнаваемый бренд) – 10,5%; Нет (возьму более дешевый и менее узнаваемый бренд) – 24,1%; Зависит от обстоятельств (беру для себя, иду ли в гости и т.п.) – 64,4%.

2) Будет ли влиять цена и производитель двух моделей смартфонов на решение по выбору? (одинаковых по характеристикам и производительности): Да (возьму более дорогой и узнаваемый бренд) – 55,3%; Нет (возьму более дешевый и менее узнаваемый бренд) – 44,7%.

3) Будет ли влиять цена и марка двух моделей автомобилей на решение по выбору? (при условии равных показателей безопасности и качества): Да (я выберу более дорогую и престижную марку авто) – 50,4%; Нет (я выберу более дешевую и менее престижную марку авто) – 49,6%.

Данные вопросы имеют наиболее важный практический характер. В случае с вином большая часть респондентов ответила, что для них важна марка вина, когда они берут её не для себя. Этот ответ говорит о важности социального аспекта влияния на человеческий выбор. Так как если брать для себя, ты не сможешь произвести впечатление на кого-либо из своего окружения.

Что касается автомобиля и смартфона, тут отмечается среднее разделение приверженцев. В связи с тем, что это товары длительного пользования, человек хочет испытывать больше гордости в более долгом промежутке времени от своей покупки. И телефон, и автомобиль используется при большем количестве свидетелей. В итоге, потребление становится более показательным.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что «теория праздного класса» всё ещё актуальна в 21 веке в нашей стране. Нет полного совпадения с написанным в изучаемой книге. Но около половины жители Республики Беларусь склонны к расточительному потреблению. Меньшая часть склонна к праздному поведению. Важно заметить, что капитализм всего 20 лет существует в нашей стране и зажиточный богатый класс не успел сформироваться.

Используемая литература

1 Веблен, Т.Б. Теория праздного класса: экономическое исследование институций / Т.Б. Веблен. – М.: Прогресс, 1984. – 334 с.

2 Сабаев, В.К. Собственный опрос «Теория праздного класса» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://forms.gle/3HzDim5Ujud2ag218> – Дата доступа: 22.04.2019.