

*В.Б. ГОЛОФАСТ*

## **ЛЮДИ И ВЕЩИ**

Социально-культурные изменения – новая область исследований. Слабо изучены социально-культурные механизмы как в пределах одной культуры, так и в межкультурном анализе. Для понимания соответствующих процессов в России необходимо рассмотреть глобальные долговременные тенденции в мире [1]. Социально-культурные изменения в российской действительности связаны, во-первых, с новациями власти, прежде всего с политическими шагами и решениями. Во-вторых – с новациями массового общества, массового производства и проникновением в страну мирового массового рынка. Эти изменения, хотя и возникли под влиянием политических решений, в частности, объявления политических, экономических и культурных свобод, имеют независимый, долговременный, повсеместный характер, затрагивают все слои населения, почти каждого человека.

Социально-культурное наступление мирового массового рынка можно рассматривать на уровне повседневности, выделяя следующие аспекты изучения: товары, или вещи, услуги, формы занятости, культурные модели поведения и ориентации, структурные сдвиги и воздействие современных технологий. Под повседневностью мы будем понимать рутинную, регулярно воспроизводящуюся деятельность людей. Обычно она называется практикой или практиками (см., например, [2, 3]). Все компоненты повседневной деятельности и, прежде всего, ее субъективные элементы – цели, мотивы, ожидания, оценки, эмоции – имеют культурно нормированный и контекстуально обусловленный характер. Еще точнее, они рассматриваются как нормализованные обусловленные компоненты, а не как произвольные, спонтанные решения или действия, воспроизводство которых не зависит от их социально-культурной матрицы. При проведении конкретного исследования мы сталкиваемся с принципиальной несовместимостью рассмотрения социально-культурных изменений как явлений макродинамики – общества, истории и т.д. – и повседневности как явления микроуровня. Микроуровень легко наблюдается, регистрируется. Ежегодно мы проводим несколько представительных обследований, в которых фиксируются многие аспекты повседневности, а также и некоторые аспекты структурных условий (социальный статус, сфера занятости, текущие доходы и т.п.). Но если рутинная жизнь отображается стандартными методами исследования, то многие структурные условия (массовое производство, конкуренция, смена технологий и т.п.) требуют совершенно других концептуальных средств. И

---

**Голофаст Валерий Борисович** – кандидат философских наук, завсектором Социологического института РАН. Адрес: 198147 Санкт-Петербург, Измайловский проспект, д. 14. Телефон: (812) 316-21-62. Факс: (812) 316-29-29.

Работа выполнена при поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (грант № 98-06-80286).

эта несовместимость объясняет, почему тематика социально-культурных изменений так трудно поддается изучению [2, раздел 4].

В данной статье на материале конкретных исследований мы рассмотрим различные типы (режимы) отношения людей к вещам<sup>1</sup>. Можно выделить три таких режима; хотя они и представляют последовательные этапы развития, но также и сосуществуют, переплетаются, интерферируют между собой, выступают как контрастные стили жизни разных социальных групп, поколений, стран и территорий. Большой вклад в развитие этой проблематики внесли В.С. Магун, А.Ю. Согмонов и их соавторы, которые обратили внимание на революцию ожиданий в современной России [4, 5], а также Ж. Бодрийар [6, 7], П. Бурдьё [8], изучавшие морфологию общества потребления. И. Травин исследовал формирование материально-вещной среды в советское время [9].

При первом режиме вещи были дефицитом, составляли коллективную ценность. Люди приспосабливались к каждой вещи, вещь становилась частью личности, привычным условием образа жизни, идентичности, символизирующим жизненный путь не только данного человека, но и его социального окружения. Вещи символизировали связь поколений, выступали как часть эпохи, индивидуальной и коллективной биографии, являлись фундаментом привычного поведения, обуславливающим его интегрированность с другими сторонами быта. Вещь была открыта человеку, у вещей была душа. К ним относились серьезно и бережно, значительная часть бытовой деятельности была связана с уходом за вещами, их обслуживанием. Культурно осуществлялась поэтизация, одухотворение вещей. К концу жизни у людей накапливалось много старых вещей, отражавших их личную и коллективную историю. Вещи определялись этой историей, служили ее итогом (“все, что нажили”) и выражали ее смысл. Можно сказать, что такой режим был характерен для традиционного и раннеиндустриального общества.

В советском обществе распределение вещей зависело от места работы (предприятия, отрасли), должности, трудового стажа, отношений с начальством, определенных званий, таких как Ветеран труда, участник Великой Отечественной войны, дающих привилегии и льготы. Так формировалось отношение к квартире, обстановке, машине, даче, социальным благам. Нередко социальные ресурсы и возможности людей эксплуатировались их взрослыми детьми и другими родственниками, преемственность была плавной, интегрированной, коллективная жизнь вещей считалась нормой.

При втором режиме отношение к вещам становится значительно более ситуативным, они рассматриваются как помощники, партнеры по социальному взаимодействию. Вещь превращается в функциональный компонент обычной, рутинной деятельности человека, их заменяемость становится регулярной (вплоть до одноразового использования). Вещи

<sup>1</sup> В Социологическом институте РАН с 1989 года существует Биографический фонд и ведется мониторинг социально-экономических и политических изменений в жизни населения Петербурга.

стремительно размножаются, обслуживают все более и более частные, специальные потребности.

Происходят значительные изменения в культурном статусе вещей. Вместо символизма статуса, биографии, идентичности возникает символизм ранга, богатства. Становится возможной установка “я могу себе это позволить”. Вместо того чтобы отражать фактичность, историю и реальность, вещи начинают отражать претензии и возможности своего хозяина. Многие авторы отмечают, что уже в этот период намечается новая тенденция – развеществление жизни [6, 7]. В наши дни она переходит в виртуализацию вещей [10].

Все эти тенденции связаны, прежде всего, с тем, что производство повседневных вещей становится индустриальным, стандартизованным процессом институциональной взаимосвязи и контроля, решительно отделенным от их бытового использования и от биографии потребителя. Напротив, сама биография человека начинает структурироваться появлением и исчезновением все новых и новых поколений вещей. В итоге не только технологические и функциональные, но и культурные резервы вещей остаются скрытыми для отдельного потребителя. Как следствие такого отношения вещи утрачивают душу. Когда они ломаются или ситуативная потребность в них отпадает, их просто выбрасывают. Такое отношение к вещам провоцируется и роскошной упаковкой, составляющей вместе с расходами на рекламу все растущую часть товара, что входит в стратегию его сбыта, являясь императивом международной системы торговли. Реклама и упаковка имеют обычно лишь отдаленное отношение к использованию и судьбе вещи в повседневной жизни. Создается впечатление, что навязываемое международным массовым рынком потребление превращает вещи в агрессивные элементы окружения. Наблюдается сильное потребительское отчуждение, тенденция к деструкции вещей. Больше нет доверия к вещам, доверия заслуживают только фирмы, знаки, то есть символы институционального порядка, в частном случае – рынка и стратификации. Пользователь вещи попадает в плен к рекламе, к молве, а не опирается на опыт обращения с предметом и репутацию его собственника или хранителя, на социально-культурный капитал их групп принадлежности. Конечно, данный режим связан с гигантской машиной производства вещей массового потребления. В России, находящейся сейчас на этом этапе, при активном социально-культурном наступлении мирового массового рынка особенно видно амбивалентное отношение к вещам. С одной стороны, новая вещь окружена особой аурой, она по-прежнему притягивает потребителя, с другой – происходит десакрализация всех аспектов культурного статуса вещей. Очарование новинок эфемерно и вскоре сменяется привыканием, скукой. Таким образом, уже на втором этапе наблюдается тенденция развеществления жизни, при которой отношения человека и конкретной вещи становятся малозначимыми.

Третий этап (типологический режим) характеризуется тем, что потребительское общество отходит в прошлое. Фактически, в Западной Европе апогей его развития можно датировать 1968 годом. С тех пор началось медленное отступление ведущих цивилизованных стран от этого

образца. Это связано, прежде всего, с тем, что были подорваны самые основы прежнего режима отношения человека к вещам. Хотя машина массового производства массовых вещей еще работает в глобальном масштабе, и все новые поколения привычных и невиданных прежде вещей продолжают затоплять рынок, но уже расшатана, разрушена стратификация вещей – ситуация, когда функциональные, или брендовые, категории вещей существуют как в очень простом, дешевом, но все же технически проходимом исполнении, так и в очень сложном и дорогом, вплоть до самых высших возможностей, которые общество может себе позволить. Например, то, о чем мечтали утописты XIX века: ванная из золота, унитаз из алюминия...

Стратификация вещей органически связана со структурой и инерцией традиционного общества. Она постепенно сходит на нет уже на начальных этапах индустриального производства массовых вещей. Так, далеко опережавший время ранний функционализм первой массовой фотокамеры Кодак Джорджа Истмена (заряженной на 100 экспозиций, 1888 год) и автомобиля модели Т Генри Форда, выпускавшегося с 1908 по 1929 годы, были направлены против доминировавшей тенденции к стратификации вещей, равной или намного превосходившей стратификацию людей и социальных групп [11, р. 118-129, 163-175]. Чемпионами стилистической устойчивости, функциональности, непрерывного тиражирования в течение десятилетий были “Фольксваген-жук” и автомат Калашникова, военный джип УАЗ и будильник “Слава”, “Кока-кола” и “Столичная водка” и множество других товаров по всему миру.

В дальнейшем массовое производство массовых вещей, стандартных и функциональных, прежде всего, становится господствующим течением технологии, рынка и потребления. Но стратификация вещей не исчезает совершенно, она мимикрирует, меняет свой смысл и свое соотношение со стратификацией общества. Массовое производство вещей и производство товаров люкс, по видимости, разделяются, развиваются как бы параллельно, даже размещаются в разных зонах и приобретают, или сохраняют, особые социально-культурные качества. Мало того, они пытаются взаимно приспособиться друг к другу. Некоторые страны или их регионы даже специализируются на производстве товаров люкс (Париж, Лондон, Южная Германия, Северная Италия). В других странах эта дифференциация менее очевидна. Но со временем всюду возникают сходные тенденции. Производство массовых вещей делает акцент на вариативности, приспособлении к особым требованиям конкретных потребителей, стилистической настройке на заказ. Производство же вещей класса люкс становится одной из лабораторий, где проходят испытание идеи, образы и фантазии, с тем, чтобы затем выпускаться миллионными тиражами или корректировать их потоки.

Любые вещи современного производства обеспечивают комфорт, но не могут заполнить жизнь человека, они остаются нужны ему, но их нельзя больше накапливать. Здесь как с едой – мы едим, чтобы жить, а не живем, чтобы есть. Накапливать вещи для потомков больше не нужно, так как постоянно появляются новые вещи массового производства и все более

совершенного исполнения, без которых уже не может существовать ни один нормальный человек. Недавно в Санкт-Петербурге было напечатано объявление: “Продается родительский дом” (о доме в отдаленной части области). Здесь маркированы два аспекта: родительский – значит прочный, качественный, без подвоха; и функциональное отношение к собственности – нужны деньги, а не память и символ. Другой пример –наследие тех, кто накапливал высшие культурные ценности, например, Пикассо, Нуреева... Здесь речь идет только о сохранении цельности коллекции или о доле денежного наследства, о содержании этих вещей в частном или публичном музейном секторе.

Современная технология позволяет производить точные копии предметов любого периода истории, иногда даже более совершенные, чем оригиналы. Самым дефицитным благом во многих странах сегодня является не вещь, а работа или социальная страховка (но для России это еще впереди). В мире наблюдается сдвиг к туризму, мультикультурализму, Интернету, к таким технологиям, которые позволяют не накапливать вещи, а доставить любую вещь к любому месту тогда, когда она потребуется. С этой тенденцией связаны такие явления, как международная космополитическая рабочая сила, экономическая миграция, региональная и международная унификация экономических и гражданских прав и т.д. Короче говоря, снова становится справедливой старинная поговорка «*Omnia mea mecum porto*». Еще один аспект третьего режима отношения человека к вещам, который наблюдается в ряде стран Европы, Северной Америке и появлению которого отчасти способствовали страны третьего мира, Китай, “азиатские тигры”, – это сверхпотребление. Довольно мощная локальная экономика Индии не стала участвовать в этом движении, тогда как СССР частично способствовал ему. Советская система массовой потребительской экономики, возникшая после 1957 года – начала массового жилищного строительства, – была аскетичной, бедной, почти полностью отгороженной от всего остального мира и до поры до времени самодостаточной. Тем не менее, она своими дешевыми ресурсами стимулировала экономику Европы и стран третьего мира. Сверхпотребление разрушительно, оно должно быть культурно укрощено, усмирено, как это произошло с другими традиционными “силами прогресса”. Новое отношение к вещам предполагает дисциплину, умеренность, экологичность, заботу о здоровье, расчетливость и жертвенную справедливость в отношении слабых, больных, бедных, табу на расточительное и демонстративное потребление. Этой морали противостоят силы мировой рыночной гонки, массовой культуры, коммуникаций и символов архаичных социальных иерархий; в ожесточенной транснациональной конкуренции на них делают ставку рекламные агентства и промоутеры, политические патриоты и космополиты, лоббирующие производителей люкса и ВПК.

Ко всему прочему в современных условиях производство массовых вещей и производство люкса существует как бы между двух культов – культа новинок и культа антиквариата. Они имеют разную историческую судьбу. Культ новинок возник вместе с современным производством, идолом которого стала идея прогресса. В дофабричной стадии новинки были

диковинкой – предметом любопытства, отвращения, восхищения и поклонения, стимулом познания. С началом массового производства эти чувства преобразились. Амбивалентность новинок почти исчезла, а позитивное отношение к ним закрепилось. Впрочем, сегодня острее реагируют на новинки дети, подростки и молодежь, нувориши, отсталые или экстравагантные люди. Здоровый консерватизм большинства заставляет их отступать в область относительно устойчивого быта, “проверенных временем ценностей”. И не случайно. Культ новинок поддерживается сверхпотреблением и обеспечивает его предпосылки, превращая предложение в авторитарную, формирующую спрос силу. В сущности, он отражает неискоренимое стремление производителя в условиях рыночной конкуренции сохранить или повысить норму прибыли, несмотря на технический прогресс или процесс насыщения (и перенасыщения) рынков.

Культ антиквариата много старше, он восходит к эпохе Возрождения, открытия античности, плавно смыкается с культом реликвий как свидетельств религиозной святости, как культовых тотемных предметов, природных или созданных человеком, которые связаны с миром предков, космических или потусторонних сил, как составной части гражданских или семейных церемоний или традиций, материальной основы коллективной памяти (об этом см. [12]). В эпоху колониальных завоеваний высшие ценности других культур (диких, варварских или просто странных, чужих, инаковых) вначале слепо разрушались или игнорировались, а затем вошли в число установившихся символов власти, престижа и достижений как дополняющие их символы исключительности или аргументированного совершенства.

Современное производство, управляемое рынком, не только обеспечивает общество товарами и услугами, необходимыми для нормализации условий труда и быта, поддержания порядка, укрепления здоровья, но в гигантских масштабах воспроизводит и деструктивные элементы (от оружия до наркотиков, от подозрительных биотехнологий до виртуализации всех мыслимых пороков человека и общества), и притом не только в криминальной или бесконтрольной, но и вполне легальных формах. Сведение жизненных целей к погоне за благосостоянием (гедонизм) приводит на практике к деградации человека. Как бы мы широко не трактовали благосостояние человека или общества (государства), нам не уйти от рассмотрения других формирующих императивов человеческого существования (труда, поиска взаимности, сострадания, памяти или фантазии).

Открытость России силам мирового рынка делает ее ареной, на которой подчас в гипертрофированном виде представлены мировые тенденции и модели производства и потребления. К середине 80-х годов советское общество подошло со сложившимися стереотипами массового потребления и кризисной, дефицитной и отсталой системой массового производства. Благодаря газо- и нефтедолларам 70-80-х годов и политике управляемого и стихийного импорта, оно было знакомо на практике с основными товарами и приемами мирового рынка. Особенно это касалось элитных слоев крупных городов и приграничных территорий. Открытие торговых границ в 90-е годы

стремительно расширило эту практику для всего населения. Между тем финансово-экономические кризисы России не позволяют однозначно оценить изменение моделей потребления даже таких групп, как "новые русские". По нашему мнению, вопреки колебаниям уровня и качества потребления в целом, общей тенденцией остается замена или расширение вещного пространства семьи. Это означает, что Россия так или иначе встраивается в общую систему наблюдаемых сдвигов.

Нелинейность развития общества потребления в мире, а также в России позволяет провести следующее рассуждение<sup>2</sup>. Общество потребления возникло под флагом массового производства и стратификации вещей, пытаясь удержать традиционную экономическую дифференциацию между богатством и бедностью, которая была характерна для традиционного общества. Сохранить эту традиционную стратификацию в обществе потребления, в обществе массового производства не удалось, хотя некоторая инерция в этой области чувствуется особенно в тех странах, которые отвечают либо за мировое массовое производство, либо за мировое производство высших культурных ценностей. Стремление сохранить архаичные порядки дается все большей и большей ценой, пока не становится историческим анахронизмом.

Дело в том, что в экономическом принуждении к труду индустриальное общество довольно быстро проскочило стадию дисциплины голода и сделало ставку на стремление бедного стать богатым. Но в природе индустриального общества периода массового производства заложен структурный принцип нормализации воспроизводства рабочей силы, роста ее цены и всестороннего воздействия на повседневность. Императивом развития становится не только комфорт труда, но и комфорт быта, а сегодня и комфорт природного, искусственного и социального окружения, гарантии здоровья, образования и человеческих прав. Это значит, что доступность общественных благ гарантируется не только прямым участникам производства, но и всем другим членам общества, по крайней мере, на общепризнанном уровне. Выполнение этих принципов характеризует богатство общества. А наличие богатых людей в традиционном смысле слова становится только более или менее терпимым пережитком. К тому же роль частной инициативы в инвестициях или в сохранении капиталов и основных фондов становится все менее значимой. Эти функции обеспечиваются многослойной системой финансовых, правовых и политических учреждений, трудом профессионалов и всесторонней информацией. Частная инициатива сегодня – это, прежде всего, культурная новация, культурная перспектива, которая открывается конкретному индивиду на конкретном месте в обществе.

Отсюда следует, что формула общества больших экономических различий как «мотиватора» модернизации бесперспективна, причем не только для России, но и для других стран. Этот структурный элемент уже отработан историей. Он устарел уже на втором этапе своего развития, тем

<sup>2</sup> П.А. Сорокин доказывает, что концепции социально-культурных изменений, прежде всего концепции прогресса, построены по линейному образцу [13].

более сегодня, когда существует пример Японии, где сформировалось общество массового потребления с очень небольшими экономическими различиями, Скандинавия, где проводились гигантская многолетняя работа по устранению экономических различий, Англия, Германия. Не забудем и об особом опыте СССР. Своеобразна ситуация в Китае, который, хоть и включен в мировую гонку массового производства, остается совершенно непохожим ни на буржуазное общество, ни на традиционные общества XIX века, начинавшие массовое производство.

В современных странах экономические, властные и культурные ранги не совпадают, хотя соответствующие иерархии и коррелируют между собой в той или иной мере в зависимости от истории и конкретных конфигураций институциональных структур (P. Bourdieu [8], N. Elias [14–16]). В эпоху рыночной гонки и господства классического массового производства экономическое неравенство стремится подмять под себя все другие виды стратификации, подчинить их своим этапным, кратковременным требованиям. Но постепенно другие секторы институциональной структуры вырабатывают свои механизмы реакции на экономическое давление. Политическая иерархия стремится перейти в режим демократии, гражданского права, явного реагирования на социальные и экологические требования и тем самым наложить вето на произвол и беспределность экономических притязаний, а культурная иерархия вырабатывает новые ценности, стремления и моральные мотивации, ориентирующие человека и общество в новых ситуациях воспроизводства, истории и традиции.

В последнее десятилетие многие авторы отмечают парадоксальность и новизну постмодернистских ориентаций и культуры, отход от архаичных порядков и стремлений, новое нормирование связей человека и искусственного и природного окружения и наряду с этим дезориентацию, непривычные конфликты, стрессы и регрессии (см. цикл международных исследований Р. Инглхарта о диффузии и генезисе постматериалистических ориентаций, работы З. Баумана по противоречиям и парадоксам философии постмодерна).

И все-таки в наше время перспективы культурного освоения новых технологий и укрощения мировой гонки массового производства остаются проблематичными для отдельных стран и зон мирового сообщества. Они обречены на сосуществование с архаикой социальных порядков, милитаризмом и другими силами, сопутствующими глобальному экономическому и технологическому неравенству и зависимостям (работы И. Уоллестайна о динамике мировой системы и технико-экономическом неравенстве между регионами, дискуссии о процессах глобализации, мондиализации и т.п.).

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Васильчук Ю.А. Место и роль России в современной системе моделей социально-экономического и политического развития // Куда идет Россия? Трансформация социальной сферы и социальная политика. 1998. М., 1998.

2. Куда идет Россия? Общее и особенное в современном развитии. 1997 / Под ред. Т.И. Заславской. М., 1997.
3. Волков В.В. Советская цивилизация как повседневная практика: Возможности и процессы трансформации // Куда идет Россия? Общее и особенное в современном развитии. 1997. М., 1997.
4. Революция притязаний и изменение жизненных стратегий молодежи: 1985-1995 / Под ред. В.С. Магуна. М., 1998.
5. Согомонов А.Ю. Феномен “революции притязаний” в культурно-историческом контексте // Революция притязаний и изменение жизненных стратегий молодежи: 1985-1995 / Под ред. В.С. Магуна. М., 1998.
6. Бодрийяр Ж. Система вещей. М.: Рудомино, 1995.
7. Baudrillard J. La societe de consommation. Paris: Gallimard, 1970.
8. Bourdieu P. La distinction: Critique social du jugement. Paris: Ed. du Minuit, 1979.
9. Травин И.И. Материально-вещная среда и социалистический образ жизни. Л.: Наука, 1979.
10. Иванов Д.В. Виртуализация: К новой теории общественных изменений // Роль фундаментальных социологических исследований в преподавании гуманитарных дисциплин и становлении в России гражданского общества. СПб, 1999.
11. Technology in America / Ed. by C.W. Pursell, jr. Cambridge, Mass.: MIT Press, 1981.
12. Разумова И.А. Семейные реликвии: Женщина и вещественный мир культуры у народов Европы и России // Сб. Музея антропологии и этнографии. XLVII. СПб, 1999.
13. Сорокин П.А. Социокультурная динамика и эволюционизм // Американская социологическая мысль / Под ред. В.И. Добренькова. М., 1996.
14. Elias N. La societe de cour. Paris: Calman-Levy, 1974.
15. Elias N. The civilizing process. Vol. 1, 2. Oxford: Basil Blackwell, 1978; 1982.
16. Elias N. Die Gesellschaft der Individuen. Suhrkamp Verlag. Frankfurt/Mein, 1987.