

Статья опубликована: Гладарев Б. Стратификационная модель общества потребления (интерпретируя Бруно Латура и Жана Бодрийяра)/ Беспредельная социология// под ред. Н. Нартовой, О. Паченкова, М. Соколова, Е. Чикадзе СПб.: ЦНСИ, 2006. с. 97-114. – 166 с.

Борис Гладарев

СТРАТИФИКАЦИОННАЯ МОДЕЛЬ ОБЩЕСТВА ПОТРЕБЛЕНИЯ (ИНТЕРПРЕТИРУЯ БРУНО ЛАТУРА И ЖАНА БОДРИЙЯРА)

*Свобода - это, когда есть, на чем ехать, и есть, что купить.
Владислав Сурков, медиафорум «Единой России», сентябрь 2006*

Люди и вещи

В основании представленных ниже инсинуаций лежат теоретические подходы, сформулированные французскими социальными исследователями Жаном Бодрийяром (р. 1929) и Бруно Латурсом (р. 1947). Они будут подкреплены примерами из современной литературы, а также проиллюстрированы цитатами из архива интервью ЦНСИ¹.

Статья развивает гипотезу, заключающуюся в том, что на вершине стратификационной системы позднекапиталистического общества находятся не международные корпорации (см. например: Бек, 2001; Бауман, 2002: LIII, 34; Вирилио, 2002) и не умудренные знанием эксперты (см. Фуко, 2002, а также Weigert, 1981), а всего лишь вещи.

«Вещь» в словаре Ожегова имеет три значения: 1) всякое материальное явление, отдельный предмет, изделие и т.п. 2) то, что принадлежит к личному движимому имуществу: «доставить вещи на вокзал». 3) о произведении науки, литературы, искусства: «удачная вещь, слабая вещь». (Ожегов, 1984: 71). То есть вещи в обыденном понимании есть не наделенные волей объекты, или предметы. В Русском семантическом словаре указывается, что «вещь – неодушевленный предмет». Предмет же – это «нечто материальное, отдельное и оформленное, воспринимаемое зрительно (возможно также на вкус, на ощупь, обонянием)» (РСС, 2002: 554). Может ли материальный предмет или изделие обладать не просто социальным измерением, но и собственной волей и даже властью?

Целью статьи является интерпретация властного измерения социального взаимодействия людей и вещей. Сразу появляется вопрос: зачем замешивать в социологию, которая, по определению в пингвиновском «Социологическом словаре», является «наукой об участии людей в жизни общества» (Аберкромби, Хилл и Тернер, 1997: 304), вроде бы откровенно «нечеловеков», которые если и участвуют в жизни общества, то только как объекты? Зачем смешивать социальное и «материальное»? Ведь уже не одно столетие существуют прочные дисциплинарные границы. Многие социологи (Элиас, 2001а, 2001b; Бодрийяр, 1995, 1999; Dant, 1999; Lury, 1996 и др.) придавали вещам или «нечеловекам» социальное измерение. Однако вещи всегда рассматривались лишь как объекты социального взаимодействия и фактически никто², до Бруно Латура, не признавал за ними способности к субъектному поведению, никто не считал вещи самостоятельными социальными акторами.

Латур в своем эссе «Где недостающая масса? Социология одной двери» писал: «Чтобы свести баланс нашего общества, мы просто должны переключить наше внимание с людей и посмотреть на нечеловеков. Вот они скрытые презренные массы, которые дополняют нашу мораль. Они стучат в дверь социологии, требуя учета при подведении общественного баланса так же настойчиво, как это делали человеческие массы в XIX веке» (Латур, 2004: 5). Действительно, мы являемся свидетелями стремительного процесса антропоморфизации вещей. Все чаще вещи наделяются человеческими качествами; широкое распространение «танцующих и поющих вещей» на разных рекламных носителях – косвенное подтверждение этого. Вещи разговаривают с людьми посредством инструкций. Недавно на питьевом йогурте я прочитал: «Держи меня в холоде».

Если людей в социологии не принято изучать как объекты природного мира или как вещи (Аберкромби, Хилл и Тернер, 1997: 306), то это вовсе не значит, что вещи и объекты природного мира нельзя изучать социально, как людей. Действительно, история, рассказанная французским социологом о дверном доводчике, который «бастует», поэтому люди вынуждены сами закрывать двери, чтобы в помещении сохранялось тепло (Латур, 2004: 5), позволяет рассматривать доводчик – очевидно «нечеловека» – как обладающего антропоморфными свойствами. Во-первых, потому что ему делегированы некоторые человеческие полномочия, а именно функция швейцара. Во-вторых, потому что дверной доводчик

обладает некоторыми активными качествами, например, свойством не пропускать в дверь физически слабых людей (детей, пожилых, инвалидов), которые не могут приложить достаточного усилия, чтобы открыть дверь.

Таким образом, «нечеловек» – доводчик – формирует человеческое действие, предписывая, какие именно люди должны пройти в дверь. Получается, что «неодушевленные предметы»/вещи теоретически могут рассматриваться как акторы социального действия.

Субъектно-объектное разделение мира имеет глубокие корни в человеческой истории. Жорж Батай в своей неоконченной «Теории религии» указывал, что акт производства человекообразной обезьяны первого орудия труда привел не только к последующему антропогенезу, но и к глубоко связанному с ним разделению мира человеческого восприятия: «Рукотворное орудие труда олицетворяет зарождающуюся форму того, что есть не «я»» (Батай, 2000: 24). То есть, произведя палку в «должность» палки-копалки, первобытный человек навсегда прекратил рассматривать ее как субъекта, превратив в объект. Несмотря на то, что мы привыкли «научно» делить мир на субъекты и объекты, в обыденной жизни такое разделение исчезает, поскольку хотя «над нашей современной жизнью господствует научность, сами мы при этом отнюдь не ученые» (Weigert, 1981: 141 ff.).

Живя в секуляризованном и прагматичном обществе XXI века, мы регулярно сталкиваемся с ситуациями, когда люди предписывают вещам антропоморфные свойства. Каждый работник компьютерного труда может припомнить ситуацию, когда «зависшее» орудие вызывало у него вполне человеческие чувства ненависти и обиды. Многие испытывают «фантомные боли» при отсутствии мобильного телефона (Гладарев, 2006). Примеров распространенности субъектного взаимодействия с вещами множество: водитель разговаривает со своими авто (II³; муж., 36 лет, банковский служащий) или кофейный автомат не наливает кофе определенной группе сотрудников бизнес-центра (III; жен., 32 года, PR-менеджер). Бывают случаи, когда вещи «не любят своих хозяев», отказываясь исполнять делегированные им полномочия, что часто воспринимается «хозяевами» как измена или проявление злонамеренной воли:

«Вещи не любят меня, может быть потому, что я отношусь к ним легко. Но постоянно что-то ломается или не слушается. Вчера вечером сначала машину побила, а потом сломала каблук у новых сапог» (I; жен., 45 лет, врач).

Существуют примеры крайне эмоционального и даже интимного отношения с вещами, иногда граничащего с фетишизмом:

«Я привязан к своей коллекции джаза. Каждый диск мне субъективно важен. Очень не люблю давать погонять» (III; муж., 24 года, аспирант).

Взаимодействие с вещами глубоко социально, поэтому люди часто наделяют «нечеловеков» субъектными качествами. Артефакт может участвовать во взаимодействии, а может отказаться от него, поскольку, как и человек, имеет возможность дисфункции, то есть поломки. Как отмечал Зигмунт Бауман, «о вещах вспоминаешь, только когда они исчезают либо выходят из строя: нечто должно сначала утратить свою привычную «данность», чтобы начались исследования его сущности, происхождения, полезности и роли. <...> Именно неловкие и неудобные, ненадежные, сопротивляющиеся или иным образом удручающие вещи заставляют обращать на себя наши взоры, внимание и мысли» (Бауман, 2002: 177). Вещи укоренены в социальном. Проще всего увидеть «волю и значение» вещи, когда происходит поломка привычного с ней взаимодействия. Оказывается, что в вещах упаковано масса социальных действий и смыслов. Вещь диктует правила своего использования. Сталкиваясь с незнакомыми вещами, человек вынужден делать определенные усилия для усвоения правил взаимодействия с ними. Тоже самое происходит, когда вещи ведут себя непривычным образом. Тогда удивленный наблюдатель обнаруживает, что вещь обладает волей и способна к действию, причем не только к дисфункциональному, но и к содействию человеку. Один из информантов так описывал трудности, которые у него возникли во время первой поездки за границу:

«Очень непривычно было сначала. У них все предметы бытовые несколько отличаются. Помню, долго не мог понять, как пользоваться ручкой в поезде. Потом с ванной была проблема, не знал, как воду открыть. Некоторые вещи в магазинах вызвали недоумение. Например, такая вот штучка из никелированного металла, изогнутая вот так... Оказалась подставкой под ложку, ну, когда готовишь дома, чтобы класть не на стол, а такая специальная хрень» (I; муж., 44 года, научный сотрудник).

Незнакомые вещи сопротивляются взаимодействию. Чтобы успешно оперировать вещами, нужно уметь ими пользоваться, знать их волю. Но как понять волю вещи? Ведь большинство действий с вещами происходит безмолвно. Эти действия привычны, инкорпорированы (в человеческие или нечеловеческие тела), что значительно затрудняет работу аналитика. Выход из этой ситуации лежит в пространстве «социологического воображения», когда исследователь раз за разом прodelывает мыслительный

эксперимент: отказываясь от привычного рассмотрения «нечеловеков» как объектов, описывает вещи как людей. Тогда развивая тезис Латура о том, что люди делегируют вещам определенные полномочия и, соответственно, вещи приобретают свойства социальных агентов, можно предположить, что вероятен и обратный процесс: не только люди делегируют вещам полномочия, но и вещи делегируют особые полномочия людям (в том числе и через инструкции). Как я покажу ниже, такое взаимное делегирование асимметрично и вещи обладают значительно большей властью над людьми, чем люди над «нечеловеками».

В порядке вещей⁴

Стратификация и власть стали важнейшими предметами изучения для социологической науки с момента ее зарождения. Задача социологии мыслилась, в частности, в поиске ответа на вопрос о природе социального порядка. Властный порядок ставили в центр своих исследований классики социологической мысли от Маркса и Вебера до Фуко и Баумана. Существуют десятки, если не сотни стратификационных моделей, описывающих властный порядок различных обществ, и не меньше определений власти и господства. Следуя Зигмунту Бауману, я буду исходить из того, что «господство достигается устранением правил, ограничивающих собственную свободу выбора, и установлением максимально возможного количества правил, предписывающих нормы поведения всем другим» (Бауман, 2002: 42). Кто же устанавливает правила и, следовательно, осуществляет господство в постмодернистских обществах? Каков существующий в них властный порядок? Что является конституирующей позднекапиталистическое общество нормой?

Рискну предположить, что господствующей нормой человеческого поведения в нынешних условиях является прежде всего разрастающееся потребление вещей. Вещи лежат в центре внимания современного человека. Они формируют его желания и привычки, определяют практики его повседневного действия, ограничивая их своими правилами-инструкциями. Они являются материально воплощенными символами, обозначающими социальный статус и роль своего пользователя.

Вещь-агент участвует не только и не столько в процессе производства, сколько в его результате. А результатом производства обычно является вещь или товар, который может быть к ней приравнен в силу возможности его обмена на другие вещи. Обменивать человека в модернизированных обществах люди не имеют ни морального, ни юридического права. Люди распоряжаются друг другом с помощью сложных механизмов политического и экономического управления. Вещи распоряжаются людьми прямо и непосредственно: машина отказывается заводиться, доводчик бастует, коллекция вызывает эмоциональную привязанность. То есть вещи в значительной степени определяют социальное действие. Более того, существует тенденция переноса обыденного обращения с вещами и на людей. Филипп Данди писал: «Наш примитивный западный дискурс власти призывает наше общество к покорению природы и господству над законами физики и, в итоге, к обретению власти над вещами. Эта ментальность также выражается в нашем желании общаться с людьми, как с вещами. Мы рассматриваем друг друга как инструменты, подлежащие формированию и манипулированию, словно люди – это тоже вещи» (Dandi, 1986: 1). Получается, что человек поглощен нечеловеками, что мы живем в условиях господства вещей. Можно сказать, что вещи доминируют над людьми на трех разных уровнях:

1) Уровень повседневной жизни. Вещи (нечеловеки) образуют пространство человеческой повседневности. Человек работает с помощью вещей, человек с ними отдыхает. Человек передвигается, ест, пьет, общается и, наконец, к старости видит, слышит и жует с помощью вещей. Получается, что нельзя социологически рассматривать повседневность, акцентируя внимание только на человеческих взаимодействиях, необходимо также включать в анализ окружающую эти взаимодействия вещную среду. «Вещи не только помогают нам совладать с миром, образуя орудийные серии, они еще и помогают нам, образуя серии психические, совладать со временем, делая его дискретным и классифицируемым, как это делают наши привычки, вводя время в рамки тех же ассоциативных императивов, которыми регулируется расстановка вещей в пространстве», – писал Бодрийяр (1999: 105). Вещи и привычки глубоко взаимосвязаны. Сама вещь непосредственно составляет основу целой серии привычек, служит центром кристаллизации повседневных практик. И наоборот: нет, пожалуй, такой привычки, которая не образовывалась вокруг какой-то вещи: «Вещи и привычки в повседневном быту неизбежно определяют друг друга» (Бодрийяр, 1999: 105).

В процессе рутинного взаимодействия вещи напрямую оказывают воздействие на людей. Пример Латура с доводчиком показывает, что вещам делегируются определенные социальные функции, но для правильного их исполнения вещь требует квалифицированного или просто физически подходящего пользователя: инвалид не может открыть дверь с тугим доводчиком. Как отмечали Дж. де Граф, Д. Ванн и Т.Х. Нэйлор, «производство стандартизированных продуктов людьми требует также производства стандартизированных людей» (Графф, Ванн и Нэйлор, 2003: 131). Показателен также пример взаимодействия человека с

мобильным телефоном, который, с одной стороны, вызывает у своего владельца фантомные боли при исчезновении, а с другой стороны, организует время и пространство своего пользователя (см. подробнее: Гладарев, 2006). То есть вещи формируют практики рутинного действия, приспособлявая человека под себя.

2) Также вещи распоряжаются людьми на уровне экономической или хозяйственной деятельности. Они принуждают людей к производству вещей. По Энгельсу, именно орудия труда/вещи сделали обезьяну человеком. Фантазируя, можно сказать, что вещи используют вид *homo sapiens* для умножения своей собственной популяции. Согласно результатам исследования, проведенного Управлением по охране окружающей среды совместно с созданной ООН специальной комиссией по изучению глобальных последствий эволюции, разнообразие продуктов потребления (вещей/изделий) в настоящее время превышает разнообразие биологических видов (Графф, Ванн и Нэйлор, 2003: 147-148).

Если во времена Карла Маркса власть вещей утверждалась через материализм индустриального производства, то постиндустриальное общество подчиняется вещам не только на материальном, но и на глубоко символическом уровне. Как писал Жан Бодрийяр, «ныне, когда исчезают религиозные и идеологические инстанции, нашим единственным утешением остаются вещи; это бытовая мифология, в которой гасится наш страх времени и смерти» (Бодрийяр, 1999: 108).

Для обществ периода модерна труд считается моральной обязанностью, а отказ от него воспринимается как патология. Производство вещей – в их втором, по Ожегову, смысле, то есть «отдельных предметов, изделий» – является жесткой социальной нормой во всех модернизированных социумах. Но еще более значимым императивом современных обществ становится потребление предметов производства. Для стабильного развития экономики и для достижения социального благоденствия необходим рост потребительских амбиций подавляющей части населения. Такое возрастание внимания к вещам пророчески предсказал более 50 лет назад Олдос Хаксли в своей антиутопии «О дивный новый мир». Он писал буквально следующее: «Девиз мирового государства – “ОБЩНОСТЬ, ОДИНАКОВОСТЬ, СТАБИЛЬНОСТЬ”» (Хаксли, 2006: 7). Это общество будущего, ведущее свое летоисчисление от 1913 года, когда с конвейеров Генри Форда начали сходить первые автомобили «Форд-Т». Оно видит свою цель в том, чтобы «машины работали бесперебойно, но они требуют ухода. Их должны обслуживать люди такие же надежные, стабильные, как шестеренки и колеса, – люди, здоровые духом и телом, послушные и постоянно довольные» (Хаксли, 2006: 52). В этом смысле «О дивный новый мир» очень напоминает современное общество потребления. Мы тоже все больше работаем, чтобы конвейеры рыночной экономики не простаивали. Как сказала одна из информанток:

«Я очень много работаю, чтобы поддерживать достойный образ жизни себе и семье. Чтобы быть успешной, мне приходится все время поддерживать себя в форме. Отсюда эти фитнесы и теннис, которыми я регулярно занимаюсь. Они позволяют мне чувствовать себя более комфортно» (IV; жен., 32 года, юрист).

Хаксли писал, что общество будущего предпочтет «истине и красоте счастье и удобство». Он подчеркивал, что «всеобщее счастье способно безостановочно двигать машины; истина и красота – не способны. Так что, разумеется, когда властью завладевали массы, верховной ценностью становилось всегда счастье, понимаемое как возможность потреблять все больше товаров и услуг» (Хаксли, 2006: 251).

Во второй половине XX века произошло «постмодерновое перерождение героического производителя в беззаботного потребителя» (Бауман, 1995). Это означает, что производство достигло удовлетворения первичных человеческих потребностей. Теперь для продолжения наращивания производства вещей необходимо человеческие потребности развивать и умножать. Сейчас вещи все в большей степени делегируют людям полномочия потребителей, а социальная роль производителя становится социально менее значимой.

3). В-третьих, власть артефактов проявляется на символическом уровне. Количество и качество вещей, окружающих человека, придают ему статусную позицию:

«У людей должен быть одинаковый круг общения. Схожие материальные условия... Это в порядке вещей. Даже просто появиться с человеком в каком-то общественном месте, даже если как-то по-разному с ним будете одеты - не очень приятно, и ему, и мне. Было такое, одно время я общалась так с парнем, и с первых дней, она разрасталась с каждым днем, взаимная неприязнь... Ни к чему хорошему это не приведет. Поэтому только из примерно своего круга общения можно заводить серьезные отношения» (IV; жен. 29 лет, юрист).

Материальные условия, то есть окружающая индивида вещная среда, рассматриваются как маркер статусной позиции. Из приведенного примера видно, что когда дресс-код сильно различается, тогда

длительное социальное взаимодействие становится затруднительным. Оно становится не «в порядке вещей». Жан Бодрийяр писал, что человека можно рассматривать как порядок, который он или она вносит в вещи, то есть «роль субъекта играют окружающие его вещи» (Бодрийяр, 1999: 30). Получается, что наборы вещей, окружающие и взаимодействующие с человеком, определяют его социальный и культурный статус. Марк Гийом предположил, что на стадии консюмеризма «утилитарная функция» вещей уходит в тень, а на первое место выходит «символическая функция» (Guillaum, 1975). Можно сказать, что вещи служат предметом желаний, поисков, приобретения и потребления не из-за своей способности укреплять тело или ум (делая их здоровее, богаче, полноценнее), но из-за магической способности придавать особую, отличительную и потому желательную форму телу или духу (Бауман, 2006: 79). Отсюда та важнейшая роль, которую стало играть потребление в позднекапиталистических обществах.

Возможность реализовывать энергию желания оказалась критически важной частью социального поведения. Может быть, это произошло потому, что к концу XX века процесс самоидентификации индивидов все больше стал основываться на практиках потребления и досуга, причем в той же степени, если не в большей, что и на трудовой деятельности. Как отмечал Зигмунт Бауман, «благодаря переменам, имеющим прямое отношение к потреблению, каждый может собрать воедино различные элементы собственной личности на свой вкус по технологии «сделай сам» с помощью рынка товаров и услуг» (Бауман, 1996: 108).

Подобная тенденция к выстраиванию собственной идентичности, а также социальных границ между «своими» и «чужими» с помощью вещей характерна для всех обществ, но особенно явной она стала в эпоху общества потребления. Жан Бодрийяр писал, что люди в обществе изобилия, в отличие от всех предыдущих эпох, значительно меньше уделяют внимания другими людям, чем объектам потребления (Бодрийяр, 2006: 5). Отягощение собственностью становится глубокой социальной проблемой. Люди окружают себя таким количеством вещей, требующих постоянного ухода и внимания, что у них просто не остается времени на других людей. Более того, покупка одной вещи часто вызывает необходимость приобрести целую серию сопроводительных товаров:

«Купив велосипед, ты покупаешь велосипедный шлем, специальные шорты и перчатки. К лету понадобятся солнечные очки и фляга для питья на ходу. Машину придется оборудовать специальным багажным креплением для перевозки велосипеда за город» (III; муж., 29 лет, программист).

Подобная прогрессия означает, что человеку приходится иметь дело с все возрастающим количеством вещей, что, по мнению американского психиатра Ричарда Свенсона, приводит Homo consumens к тяжелым депрессиям, которые в свою очередь опять же компенсируются через шопинг, и, таким образом, стресс углубляется. «Все, чем я владею, - пишет Свенсон, - владеет мной» (цит. по Графф, Ванн и Нэйлор, 2003: 75).

Если интерпретировать современное общество через категории важнейшего для него процесса потребления («Люди суть то, что они покупают (или могут купить)» – Бек, 2001: 82), то можно предположить, что люди проигрывают артефактам борьбу за власть – власть внимания. А внимание в обществе постмодерна «становится наиболее редким из товаров» (Бауман, 2002: 168), оно порционно и ограниченно выдается людьми-потребителями другим людям и все чаще направлено на окружающую их вещную среду⁵.

Важны становятся не личные качества «парня», а его костюм. Возможно, именно преувеличенное внимание постиндустриальных обществ к вещам порождает тенденцию к социальной атомизации индивидов. «Потребление прежде всего направлено на разговор с самим собой, и оно имеет тенденцию исчерпываться этим минимальным общением вместе с его удовольствиями и разочарованиями» (Бодрийяр, 2006: 116). То есть вещи изолируют людей от людей. С другой стороны, вещи становятся универсальным символическим кодом человеческого общения. Все чаще людей «встречают по одежке». Согласно известному замечанию Кристофера Лэша, «идентичности», которых жаждут в наши дни, представляются чем-то, что «может надеваться и сниматься вроде костюма» (Lash, 1984: 38).

На протяжении второй половины XX века в экономически развитых странах крупные социальные группы, сформированные по сословному, классовому, религиозному и даже национальному признаку, стали распадаться на сонмы атомизированных индивидов, включенных в саморазрастающуюся гонку массового потребления. Важно подчеркнуть, что эта трансформация происходила на фоне секуляризации сознания в странах Европы и Северной Америки. Первая мировая война, социалистические революции и ницшеанская «смерть бога» привели к массовому разочарованию в традиционных религиозных моделях. Постепенно место «высшей ценности», которой на протяжении тысячелетий являлось «Высшее Существо», оказалось вакантным. Его заняли вещи. Властный порядок вещей очень образно описан в знаменитой повести Жоржа Перека «Вещи»:

«Они жили в странном, неустойчивом мире, бывшем отражением меркантильной цивилизации, повсюду расставившей тюрьмы изобилия и заманчивые ловушки счастья. <...> В те годы они без конца разгуливали по Парижу. Перед каждым антиквариатом они останавливались. Долгие часы они слонялись по универсальным магазинам, зачарованные и уже испуганные, но еще не смея признаться себе в этом страхе, еще не осмеливаясь отдать себе отчет в той бессмысленной одержимости, которая становилась их уделом, смыслом их жизни, их единственным мерилом; они и восхищались всем, и уже захлебывались необъятностью своих желаний, всей этой роскошью, выставленной напоказ, предлагаемой им в неограниченном количестве» (Перек, 1984).

Герои Перека не только желают вещей, они глубоко эмоционально погружены в коммуникацию с вещами. Зигмунт Бауман называл такую поглощенность «суррогатом времяпровождения» (Бауман, 2002: 189). Они зачарованы вещами, поскольку символическое значение предметов постепенно становится выше значения собственно людей. Вещи являются объектом желания, маркером социального статуса и способом коммуникации. Они заменяют собой политические ценности. Как пишет французский философ Мишель Сюра, «именно с того дня, когда судьба потребления стала всеобщей долей, судьба равенства утратила свою былую способность утверждать политические ценности. Не через обмен, а через подмену. Хватило того, что деньги доказали, будто равенство всенепременно будет установлено потреблением» (Сюра, 2001: 12). Политические ценности, провозглашенные французской революцией 1789 года, – «свобода, равенство и братство» – к концу XX века так и не смогли заменить фактически уничтоженные ими религиозные ценности. Их подменил такой порядок вещей, при котором все большее количество человеческих взаимодействий происходит с помощью артефактов и по их поводу. Потребительский рынок стал той формой контроля, которую контролируемые принимают добровольно и восторженно – и не только благодаря блеску и красоте предлагаемых за послушание наград. Видимо, главная его притягательность в том, что он предлагает свободу тем, кто в других сферах своей жизни находит только ограничения (Бауман, 2006: 83). То есть, свобода и власть были променяны на безопасность и удовлетворение потребительских амбиций. Позволю себе привести еще один показательный фрагмент из Перека:

«Так и проходили они от антикварной лавки к книжной, от магазина пластинок к меню, вывешенным у дверей ресторанов, к агентству путешествий, к специализированным магазинам, торгующим рубашками, костюмами, сырами, обувью, к роскошным гастрономическим, кондитерским и писчебумажным магазинам – там был их мир, там сосредоточены были их подлинные интересы, и только к этому устремлялись их честолюбивые мечты и надежды. Там была для них настоящая жизнь, та жизнь, которую им хотелось вести: именно для обладания этими коврами, этой лососиной, этим хрусталем были они произведены на свет двадцать пять лет тому назад своими матерями» (Перек, 1984).

Люди «произведены на свет», чтобы стать производителями, а главное – потребителями вещей. Как десять лет назад подчеркнул Бодрийяр, «для капитала было жизненно важно превратить рабочих и производителей в активных потребителей и даже непосредственных акционеров капиталистической экономики (это ничего не меняет... поскольку стратегия, как всегда, остается прежней: сменить скатерть, ничего не меняя в организации стола)» (Baudrillard, 1995: 100). А структуру организации этого «стола» составляют вещи-товары, производящие современную экономическую систему и производимые ею. Таким образом, вещи стали для атомизированных, неверующих в бога потребителей основной ценностью. В них сливается воедино усилие и время, затраченные на их приобретение, в них хранятся ключи от власти. «Свобода быть собой, – писал Бодрийяр, – фактически означает свободу проецировать свои желания на промышленные изделия» (Бодрийяр, 1999: 201). То же самое отмечает Бауман: «Центральное положение индивидуализованной свободы как звена, соединяющего индивидуальный жизненный мир, общество и социальную систему, было достигнуто недавно, когда свобода переместилась из сферы производства и власти в сферу потребления. В нашем обществе свобода конституирована в первую очередь как свобода потребителя» (Бауман, 2006: 20). В подобной ситуации потребление становится основным полномочием, делегированным вещами людям.

Эпilog: res pro homo consumens

Вышеприведенные примеры и умозаключения призваны убедить читателя в том, что действующие артефакты Латура контролируют поведение людей на трех взаимосвязанных уровнях: уровне повседневной жизни, уровне хозяйственной деятельности и на символическом уровне. Это значит, что антиутопия Хаксли, где общество строится посредством механизма соблазнения, выиграла исторический спор с антиутопией Дж. Оруэлла «1984», где социальный порядок осуществлялся через подавление и надзор. Потребление стало доминирующим фреймом человеческой жизни.

Вещи легли в основу желания, а желание притягивает невозможностью своего окончательного удовлетворения: «потребительство не знает предела насыщения, а попытка обрести целостность через вещи всегда отмечена одиночеством (Бодрийяр, 1999: 118), потому что вещи постепенно занимают все

пространство воображения. Эрланд Лу в своем последнем романе описывает норвежского яппи, который вдруг на вершине своей карьеры бросает работу, жену с детьми, а также ухоженный дом в пригороде Осло, чтобы поселиться в лесу. Свое эксцентричное поведение главный герой «Допплера» объясняет через эмоциональную перегруженность «обществом потребления»: «Я валялся среди вереска. Теперь всего этого кошмара не было в моих мыслях. И все мучительные проблемы, связанные с ванной, тоже чудесным образом развеялись. Я с трудом мог вспомнить, когда в последний раз не думал о ванной. И вдруг сознание мое полностью от нее очистилось. Меня больше не донимал вопрос, надо ли нам выбрать итальянскую плитку или испанскую, матовую или глянцевую, или все-таки не пожалеть денег и сделать уж стеклянную мозаику, за которую, естественно, ратовала жена. Уж не говорю о цвете. О нем я вообще теперь не думал. Ни о синем. Ни о зеленом. Ни о белом. Не то чтобы меня перестало волновать, какого цвета будет плитка или потолок, но мысль об этом просто-напросто покинула меня. Мне вышло помилование, освобождение от этой неотвязной суеты в голове. И смесители тоже не занимают меня, хотя по-прежнему существуют в семистах вариантах и поставляются в течение шести недель, если нам нужна хромированная сталь, и несколько быстрее, если мы согласимся на обычный вариант, но с какой стати выбирать заурядный смеситель. Уж не говорю о ванне, которую нам пришлось обсуждать бесчисленное число раз» (Лу, 2005: 38-39).

Вещи занимают мысли людей. Вопрос о дизайне ванной комнаты становится навязчивым кошмаром. Это происходит потому, что идентичность и вещи слились в один актант. При этом все новые группы вещей становятся «жизненно необходимыми», примером чему может служить широкое распространение мобильных телефонов за последние 15 лет. Как отмечали Лакое, Уэйкфорд и Пирсон: «Если в начале 1990-х необходимо было иметь весомое оправдание для покупки мобильного телефона, то к началу XXI века оправдание стало необходимо тем, кто не пользуется беспроводной связью» (Lacohee et al., 2003).

Вещи сделались необходимыми настолько, что современный человек все в большей степени зависит от них. Например, герой повести Бенуа Дютёртр «Клиент всегда прав?» получает на Рождество от родителей мобильный телефон в качестве подарка. В этот небольшой аппарат упаковывается вся его социальная сеть, банковские счета и расписание на ближайшие полгода. Когда он оставляет телефон в такси, его жизнь серьезным образом меняется, поскольку утрата такой вещи стала равнозначной утрате деловых связей, денег (пока не разблокируют счета) и планов: «Не прошло и двух месяцев, как настал черный день: я позабыл мобильник в такси. Как сейчас вижу тот скорбный миг: стоя на тротуаре, опускаю руку в пустой карман, тщетно ища трубку, и бегу за удаляющейся машиной. Представляю, с каким взволнованным видом я вошел в ближайшее кафе, откуда сто раз позвонил себе на мобильник, напрасно дожидаясь, что водитель возьмет трубку. Домой вернулся в полном расстройстве. Сколько встречных звонков осталось без ответа, сколько друзей или потенциальных работодателей уже удивляются моему молчанию? А я даже предупредить никого не могу - ведь телефонная книжка пропала вместе с трубкой» (Дютёртр, 2005: 278-279).

Чем больше функций делегируется человеком вещи, тем большую власть она приобретает над ним. «Машины стали приобретать качества органических существ, – пишет Брюс Стерлинг, – хотя они не умеют видеть, не умеют ходить, не могут чувствовать. Они новички в области органического поведения: нельзя просто перепрыгнуть в конец пищевой цепочки. Они приобретают примитивные органические качества: качества микробов, качества домашних питомцев. Но при этом они очень быстро завладевают нашим вниманием и становятся жизненно необходимыми» (Стерлинг, 2005: 93-94).

Усложнение и технологизация быта приводят к утрате современными людьми простейших навыков, когда-то лежавших в основании повседневной хозяйственной деятельности. Мы не можем стирать без стиральных машин, убирать без пылесоса, готовить без микроволновой печи и т.д. Люди уже не мыслят себя без технологических помощников:

«Ну, что еще изменилось? А, вот! Техники бытовой закупили. Это очень облегчает жизнь. Работа по дому, приготовление еды, стирка, глажка – все стало быстрее и проще как-то. Я уже представить тебе не могу, как раньше жила без микроволновки» (1; 52 года, жен., инженер).

Вещам делегируется все больше разнообразных функций, и это приводит к тому, что человек оказывается беспомощен в отсутствии определенного набора артефактов. Человек организует свою повседневность через привычки, кристаллизованные вокруг вещей. Он осуществляет коммуникацию посредством вещей. Он формирует свою идентичность через вещи. Он переносит модели взаимодействия с вещами на интеракции с людьми.

Вещи забрались на вершину иерархической пирамиды и оттуда выстраивают и поддерживают тот социальный порядок, который получил известность как общество потребления. В определенном отношении экономическая позиция потребителя подменяет его политические права и обязанности, то есть категория потребителя подменяет собой категорию гражданина. Для людей эпохи позднего капитализма страх, что

сейчас вот-вот все кончится, что кончатся вещи, что наступит жизнь без вещей – это одна из распространенных массовых фобий:

«Я очень боюсь, что вот эта наша новая жизнь вот-вот закончится. Эта квартира, дача, поездки за границу... Этот повседневный комфорт очень важен. Страх есть... да... Страх, что бизнес мужа рухнет и опять придется экономить. Я хорошо помню нашу советскую жизнь, когда ничего не было. Мне кажется, психологически я не выдержу возврата к тому образу жизни» (II; жен., 37 лет, домохозяйка).

Привычный порядок вещей становится критически важен. Это приводит к тому, что вещи, возведенные на пьедестал власти в обществе потребления, заселяют современные дворцы – супермаркеты. Сами супермаркеты постепенно превращаются в музеи, «что является следствием всеобщей эстетизации жизни, ставшей самой массовой и разорительной победой консюмеризма» (Мокроусов, 2004). Существует и обратный процесс: музеи начинают восприниматься не как хранилища достижений человеческой цивилизации, а как супермаркеты. Героиня романа Софи Кинселла «Тайный мир шопоголика», пытаясь избавиться от синдрома избыточного потребления и заполнить внезапно образовавшееся свободное время, посещает лондонский музей декоративного искусства. Скучая, прогуливаясь по музею, она вдруг испытывает неподдельный интерес к одному из экспонатов: «Да, мисочка симпатичная – во мне вдруг пробудился интерес, – любопытно, сколько это может стоить? Выглядит дорого... И только я начала вглядываться, пытаюсь высмотреть ценник, как поняла, где нахожусь. Ой, это же не магазин. Тут ценников нет. И зря, между прочим. С ними было бы намного познавательнее. Вот так просто смотреть на вещи быстро надоедает» (Кинселла, 2003: 128).

Вещи своим все разрастающимся разнообразием и роскошью захватывают внимание человека и делегируют ему властный императив: потребляй! «Сейчас для индивида потребление – это обязанность и, может быть, наиважнейшая из обязанностей», – писал Зингмунт Бауман (2006: 100). Позднекапиталистическое общество оказывает на индивида давление на социальном уровне, с одной стороны, через символическое соперничество посредством вещей, а с другой, через поиски социального одобрения и членства в группе, которая маркируется определенными «вещными наборами». На системном уровне давят торговые компании, монополизировавшие определение того, что значит хорошо жить, удовлетворения каких нужд хорошая жизнь требует и как их удовлетворить. Все публичное пространство заполнено рекламой вещей и услуг. Человек оказывается во власти неудовлетворимого вещиизма. Жизненные цели сужаются до очень узкого сектора потребительских фантазий. Еще одна цитата из Жоржа Перека, прекрасно иллюстрирует сложившуюся ситуацию властного порядка вещей: «Они получают вождельный диван «Честерфилд», и мягкие, глубокие, как в итальянских машинах, кресла из настоящей кожи, и столы деревенского стиля, и желанные конторки, банкетки, бобриковые и шелковые ковры, книжные шкафы из светлого дуба. У них будут огромные, светлые, просторные комнаты, импозантная внутренняя лестница, стеклянные стены, неприступный вид. Они станут обладателями фаянса, серебра, кружевных скатертей, роскошных переплетов из красной кожи. Им не будет и тридцати лет. Вся жизнь еще будет впереди» (Перек, 1984). Хочется добавить: «вся жизнь во власти вещей».

¹ Используются интервью четырех проектов, в которых участвовал автор: I. «Организация повседневности и воспроизводство социальной структуры в России (на примере Санкт-Петербурга)», поддержан Deutsche Forschungsgemeinschaft - 1999-2000; II. «Формирование и функционирование milieu (на примере Ленинградского Дворца пионеров 1970-2000гг.)», поддержан Российской Академией образования - 2000; III. «Молодежное общение и новые каналы коммуникации», поддержан Telenor и France Telecom - 2003-2005; IV. «Новый быт в современной России», поддержан Европейский университетом и Collegium for Advanced Study, University of Helsinki - 2005-2006.

² Хотя у Жана Бодрийяра, в его «Системе вещей», мы находим косвенное указание на субъектность вещей: «всякая вещь в глубине своей антропоморфна», - писал он в своей первой книге (Бодрийяр, 1999: 33).

³ Римская цифра здесь и в дальнейшем означает проект, в рамках которого было взято цитируемое интервью (см. сноску 1).

⁴ «В порядке вещей – это естественно, так, как должно быть» (PCC, 2003: 566). Часто употребляемо в разг. речи: «вещь – это о чем-то хорошем, стоящем: Скачки – это вещь! Пирог с грибами – это вещь!» (PCC, 2003: 570), отсюда «Хорошая жизнь = хорошие вещи» (Графф, Ванн и Нэйлор, 2003: 231).

⁵ «В настоящее время американцы проводят в семь раз больше времени, делая покупки, чем играя со своими детьми» (Графф, Ванн и Нэйлор, 2003: 78).

Литература

- Аберкромби Н., Хилл С. и Тернер Б.С.** (1997) *Социологический словарь*. Казань: Изд-во Казанского ун-та.
- Батай Ж.** (2000) *Теория религии. Литература и зло*. Минск: Современный литератор.
- Бауман З.** (1995) *От паломника к туристу*. в: *Социологический журнал*: 4, 133–154.
- Бауман З.** (1996) *Мыслить социологически*. Москва: Аспект пресс.
- Бауман З.** (2002) *Индивидуализированное общество*. Москва: Логос.
- Бауман З.** (2006) *Свобода*. Москва: Новое издательство.
- Бек У.** (2001) *Что такое глобализация?* Москва: Прогресс-Традиция.
- Бодрийяр Ж.** (1999) *Система вещей*. Москва: Рудомино.
- Бодрийяр Ж.** (2006) *Общество потребления*. Москва: Республика; Культурная революция.
- Вирилио П.** (2002) *Информационная бомба. Стратегия обмана*. Москва: Гнозис.
- Гладарев Б.** (2006) *Молодежь и мобильная телефония: full contact*. В: *Меняющаяся молодежь в меняющемся мире: невидимая повседневность*. / Под ред. Е. Омельченко, Н. Гончаровой. Ульяновск: изд-во Ульяновского государственного университета. С. 49-55.
- Графф Дж. де, Ванн Д., Нэйлор Т.Х.** (2003) *Потреблядство. Болезнь, угрожающая миру*. Москва: Ультра.Культура.
- Кинселла С.** (2003) *Тайный мир шопоголика*. Москва: Фантом Пресс.
- Латур Б.** (2004) *Где недостающая масса? Социология одной двери// Неприкосновенный запас*. № 2 (34). С. 5-19.
- Лу Э.** (2005) *Допплер*. СПб.: Азбука-классика.
- Мокроусов А.** (2004) *Искусство шоппинга и шоппинг искусства// Критическая Масса*. № 1. Доступно на: <http://magazines.russ.ru/km/2004/1/mok15.html>
- Ожегов С.И.** (1984) *Словарь русского языка*. Изд. пятнадцатое, стереотипное. Москва: Русский язык.
- Перек Ж.** (1984) *Вещи*. В: *Французские повести*. Пер. с фр. Тамары Ивановой. Москва: Правда. С.
- Русский семантический словарь** (2002) Том II. / Под общей ред. Н.Ю. Шведовой. Москва: РАН Ин-т рус. языка.
- Русский семантический словарь** (2003) Том III. Под общей ред. Н.Ю. Шведовой. Москва: Азбуковник.
- Стерлинг Б.** (2005) *Будущее уже началось: что ждет каждого из нас в XXI веке?* Екатеринбург: У-Фактория.
- Сюриа М.** (2001) *Деньги. Крушение политики*. Москва: Наука.
- Фуко М.** (2002) *Интеллектуалы и власть: Избранные политические статьи, выступления и интервью*. Часть I. Москва: Праксис.
- Хаксли О.** (2006) *О дивный новый мир*. Москва: АСТ.
- Элиас Н.** (2001a) *О процессе цивилизации. Социогенетические и психогенетические исследования*. Т. 1. *Изменение в поведении высшего слоя мирян в странах Запада*. Москва - Петербург: Университетская книга.
- Элиас Н.** (2001b) *О процессе цивилизации. Социогенетические и психогенетические исследования*. Т. 2. *Изменение в обществе. Проект теории цивилизации*. Москва - Петербург: Университетская книга.:
- Vaudrillard J.** (1995) *The virtual illusion: or the automatic writing of the world // Theory. Culture & Society*. № 12, 97-107.

Dandi P. (1986) *Power in the Organisation: The Discourse of Power in Managerial Praxis*. Oxford: Blackwell.

Dant T. (1999) *Material Culture in the Social World: Values, Activities, Lifestyles*. Buckingham: Open University Press.

Guillaum M. (1975) *Le capital et son double*. Paris: PUF.

Lacohee H., Wakeford N. and Pearson I. (2003). *A social history of the mobile telephone with a view of its future*. // *BT Technology Journal*, № 21(3): 203-211.

Lash C. (1984) *The Minimal Self: Psychic Survival in Troubled Times*. London: Pan Books.

Lury C. (1996) *Consumer Culture*. Cambridge: Polity Press.

Weigert A.J. (1981) *Sociology of Everyday Life*. London: Longman.