

«Нужда большая и малая»:
отправление «естественных потребностей»
как объект социологического анализа

«Процесс творчества, в частности — литературного, сродни отправлению естественных потребностей. И то и другое — «по нужде»... А иногда и сам этот процесс становится чуть ли не темой творчества...»

*ПиПи путеводитель: Все секреты
про туалеты Петербурга. С. 23*

«...состояние общественных туалетов. По ним можно судить об уровне нации, цивилизации, политического сознания. Чистый туалет — это ответственность индивида перед обществом»

*Андрей Кончаловский,
кинорежиссер*

Введение

Данный текст, как и все в этом сборнике — несерьезный. В определенном смысле слова. Так что серьезному человеку его можно и не читать. У этой статьи только два достоинства, одним из них она обязана выбранному предмету, другим — предложенной перспективе, углу зрения. Я намерен «поиграть» с предметом, «повертеть» его так и сяк, чтобы высветить преимущества предложенной перспективы (поскольку преимущества самого предмета и без того очевидны). А именно я попытаюсь при помощи «социологического воображения» сделать объектом социологического и культурологического анализа одну из практик, связанных с «естественными» или физиологическими отправлениями человеческого организма. Целью моего спон-

танного исследования, результаты которого здесь изложены, было определить, где кончается их естественность и что начинается за этой границей.

Предметом данного исследования стала совокупность человеческих практик, связанных с отправлением так называемых «естественных потребностей», а именно испражнения человеческого тела. Предлагаемая *перспектива* рассмотрения этого объекта может быть названа социологической, антропологической, или культурологической — это не так важно. Важно, что мы попытаемся заглянуть за границы «само собой разумеющегося» в сфере отправления «естественных» потребностей человеческого организма, попытаемся увидеть эти практики как часть социальной и культурной жизни человека; хорошенько там покопаемся и поищем противоречия, загадки, недоговорки, намеки, подумаем над тем, что «подразумевается», «имеется в виду» и т. п.

Сразу оговорюсь, что статья не претендует на то, чтобы быть полноценным исследованием с глубоким анализом и обзором всевозможных источников и работ, проведенных коллегами на ту же тему. Это не попытка дать исчерпывающие ответы, но, скорее — поставить вопросы, и внимательный читатель с легкостью различит вопросительную интонацию за повествовательными по форме предложениями.

И, наконец, отмечу, что в основу логической композиции моего эссе легло исследование Пьера Бурдьё, результаты которого были опубликованы в книге «Фотография» с подзаголовком «Искусство средней руки» (Bourdieu, 1987). Бурдьё начинает книгу с обоснования применения социологического метода к анализу такого объекта как фотографирование. Затем следует подробный социологический анализ практик фотографирования. В этом анализе я выделил для себя три ключевых темы, вокруг которых развивается логика книги Бурдьё: 1) фотография представляет собой социальный факт, обладающий принудительной силой по отношению к индивиду; 2) фотография — функциональная разновидность молитвы, ритуала воспроизводства групповой идентичности и демонстрации преданности определенной социальной группе; 3) фотография — маркер, при помощи которого индивиды проводят границы между различными социальными группами, поэтому анализ практик фотографирования позволяет исследовать социальную стратификацию. Я попытался структурировать логику своего текста на основе этих трех исходных точек, заимствованных у классика.

1. Выбор предмета исследования

«Вкус» к туалетной бумаге

Выбор предмета исследования был сделан внезапно, но несомненно под влиянием какого-то внутреннего чувства, тяги... можно сказать, «вкуса» автора (как говорят не об эстетическом вкусе, но о вкусе «к чему-то»). В моем случае речь идет о склонности пристально разглядывать то, что обычно не замечается; или то, от чего принято отводить глаза; о стремлении обсуждать нечто в такой обстановке, где именно этот предмет обсуждать не принято. Я говорю о вкусе к обыденному, повседневому, но одновременно — к непривычному, неожиданному, приводящему в замешательство. Витгенштейн написал: «... То, чего мы [до поры] не замечаем, будучи увидено однажды, оказывается самым захватывающим и сильным» (Витгенштейн, 1994: 131). Эта фраза в полной мере отражает историю возникновения моего исследовательского интереса к объекту и предмету данного эссе.

Несколько лет назад я проводил интервью для исследовательского проекта по изучению социальных сред в постсоветском обществе. Интервью касалось организации повседневности — мы полагали, что, обнаружив различия в организации повседневности, сможем провести границы разных социальных милье. Однако было понятно, что повседневные практики достаточно рутинны и потому незаметны, что осложняет рефлекссию по их поводу. Моя идея состояла в том, чтобы провести интервью в квартире информанта — физическое пространство, «вещное» окружение, артефакты, на мой взгляд, должны были служить магнитами, притягивающими нить повествования информанта к его повседневным практикам (вместо того, чтобы пускаться в пустое философствование о социальной стратификации в постсоветском обществе). Это было пилотное интервью, тестирование метода; мы просто ходили по квартире и информант — мой друг — рассказывал о том, как протекает его повседневность, а наполняющие квартиру вещи и организация пространства служили ему ориентиром в рассказе. В какой-то момент мы дошли до помещения туалета. Тогда мне в глаза бросилась только одна деталь: в специальном мешочке для хранения туалетной бумаги помимо туалетной бумаги лежали разорванные на кусочки цветные журналы, кажется телевизионная программа. Вероятно, если бы не эти цветные кусочки, идея этой статьи еще долго не оформилась бы в моей голове. Все остальное показалось мне обычным (т. е. являлось и моим собственным фоновым знанием), но куски журнала в туалете в городской квартире...! В тот момент я сделал для себя открытие: прак-

тики использования туалетной бумаги могут служить индикатором существования различных социальных сред в той же степени, как и содержимое холодильника, подборка книг в библиотеке, организация пространства в квартире и т. п. ; а фраза «мы вышли из одного туалета» по своему объясняющему потенциалу может соперничать с хорошо известной «мы вышли из одной детской». С этого момента я стал обращать внимание на все, что связано с употреблением туалетной бумаги, и — постепенно — на то, что связано с использованием туалетов и социально обусловленными особенностями отправления «естественных» нужд организма.

Социология повседневности против научного истэблшмента

Я отдаю себе отчет в том, что упомянутый «вкус» автора — это не только «вкус» человека, но и профессиональный «вкус» социолога, который выработался под влиянием ряда социальных теоретиков, основными из которых, помимо уже упомянутого Бурдьё, следует считать Людвиг Витгенштейна и Гарольда Гарфинкеля.

В «Фотографии» Бурдьё пишет о том, что в любом обществе на протяжении истории всегда существовала «иерархия легитимных объектов для изучения» (Bourdieu, 1987: 1). Он настаивает на том, что пришла пора социологии перестать акцентировать свое внимание на абстрактных и самых общих типах человеческого поведения, оставляя «антропологический проект» другим наукам (Bourdieu, 1987: 1). Сам Бурдьё ломает конвенцию, делая объектом своего социологического исследования практику фотографии. Его позиция состоит в том, что анализ фотографии может оказаться очень полезным для задач социологии, что через анализ практик фотографирования мы можем увидеть значимые социальные явления. Эта позиция, на мой взгляд, имеет много общего с подходом, развиваемым поздним Витгенштейном и затем этнометодологией.

Витгенштейн говорит: «Наиболее важные для нас аспекты вещей скрыты из-за своей простоты и повседневности. (Их не замечают, потому что они перед глазами)» (Витгенштейн, 1994: 131). Эта позиция стала исходной для целого направления в социологии, которое может быть названо социологией повседневности. Точка зрения этнометодологов заключается в том, что любой фрагмент социальной реальности может дать нам представление о том, каковы *механизмы устройства* этой реальности, поскольку механизмы эти являются общими для всех ее фрагментов. Они — суть условие и основа ее существования. Поэтому, объект изучения не важен: сфокусировав свое внимание на

одном участке социальной жизни, мы можем установить правила, по которым живут люди в обществе. В случае с социальной реальностью таким фрагментом изучения может стать разговор двух людей в магазине, работа в радиоастрономической лаборатории, отношения в суде или психиатрической клинике... или — практики использования туалетной бумаги, пользования туалетом. Есть лишь одно важное условие: изучать следует повседневность, обыденность (Garfinkel, 1967: 1). Почему? Ответ прост, и здесь мы опять возвращаемся к Витгенштейну: подлинные основания важнейших вещей невидимы нам, поскольку находятся перед глазами (Витгенштейн, 1994: 131)¹. Этнометодологи в этой связи говорят об общем знании (common understanding), о том, что видится, но не замечается («seen but unnoticed») — о том, что «принимается на веру» (taken for granted) и не вопрошается в повседневной жизни, но составляет основу «компетентности» (competence), позволяющей осуществляться повседневному взаимодействию людей (Garfinkel, 1967: ch. 1,2). Именно это фоновое знание, столь же очевидное, сколь мало поддающееся рефлексии, должно становиться предметом изучения этнометодолога. В этом смысле мое исследование можно считать этнометодологическим.

Кроме того, у этнометодологии есть одна особенность, которая, пожалуй, является неотъемлемой частью любого инновационного проекта в науке. Оно состоит в следующем: необходимо найти для своего исследования нечто неожиданное, радикальное, непредсказуемое, контринтуитивное. Чем радикальнее будет предложенная точка зрения, чем более базовые и общепринятые академические правила будут подвергнуты сомнению и критике, тем интереснее. Выражаясь словами другого классика: «Чем сильнее и длительнее было господство высокого, тем сильнее и удовольствия от его развенчания и снижения» (Бахтин, 1990: 339). В моем случае это означало: чем резче отличается объект социологического анализа от конвенционально принятых в научном сообществе, чем ниже он стоит в традиционной иерархии легитимных объектов социологии, чем неожиданнее выглядит постановка проблемы — тем интереснее это исследование проводить. Между прочим, личный интерес исследователя к теме исследования, к его объекту, предмету, методу — чему угодно, я считаю одним из обязатель-

¹ Каждый, кто носит очки, знает: невозможно разглядеть стекла очков, когда они у тебя на носу, но посторонние любят посмотреться в стекла твоих очков и часто делают замечания относительно их чистоты и прозрачности. Ты же просто смотришь на окружающий мир сквозь них, не задумываясь над тем, насколько то, *что* ты видишь, обусловлено тем, *как* ты видишь. К теме соответствия между «что» и «как» мы вернемся ниже.

ных (хотя и далеко не единственным) условий хорошего, качественно проведенного социологического исследования.

«Смешная тема»

Была и еще одна причина для выбора именно данной темы. Когда идея этого небольшого исследования только начала формироваться в моей голове, я делился ею с коллегами и неоднократно был свидетелем того, что тема моей работы вызывала смех у некоторых из них. Фактически само исследование началось уже с этого момента. Я задавался вопросом: почему в качестве темы социологического эссе исследование практик физиологических отправлений вызывает смех? Обращение к смешному в связи с темой моей работы заставило задать и другие вопросы, например: на чем основывается претензия на смешное, когда в путеводителе по туалетам помещаются исторические экскурсии, связанные с использованием туалетов, под следующими заголовками: «Три века — по нужде», «Жизнь замечательных людей», «Слово и Дело», «Между прошлым и будущим» (ПиПи путеводитель, 1998: 2)? Вероятно, дело в том, что здесь есть какое-то несоответствие, что-то «не вяжется», это и вызывает смех. Но что и с чем «не вяжется»? Ответ можно найти у М. Проппа. Он полагает, что смех вызывает несоответствие возвышенного (обратите внимание на слог и пафос в приведенных заголовках) и низменного (туалет, испражнения); интеллектуального (научное знание, социологическое эссе) и телесного (физиологические отправления). Причина смеха, согласно Проппу, в том, что «физическое начало заслоняет духовное» (Пропп, 1999: 39) и внимание переносится с возвышенного *содержания* (человеческий дух, вечные ценности, искусство, мысль, наука), на низменную *форму* (человеческое тело и его испражнения) (Пропп, 1999: 35).

Схожий ответ дает М. Бахтин. Например, пересказывая точку зрения немецкого ученого Шнееганса на сатиру в творчестве Франсуа Рабле, Бахтин говорит: «...бурлеск порождается самим унижением высокого. Все высокое неизбежно утомляет. Устаешь смотреть вверх и хочется опустить глаза к низу... Отсюда громадный успех пародий и травестий, когда они своевременны, то есть когда высокое успело уже утомить...» (Бахтин, 1990: 339).

Однако в работе студента-медика тема «естественных отправлений», вероятно, не казалась бы столь же смешной. Совсем иное дело — социологическое исследование. С чем это связано? Для ответа на этот вопрос мне пришлось внимательнее изучить реакции окружающих. Я обнаружил, что помимо смеха, название темы моего исследования

вызывало и недоумение коллег. Почему? Почему я должен отстаивать тему использования туалетов как тему социологического эссе? Почему у преподавателя-социолога, уточняющего темы эссе студентов, возникает вопрос: «Вы *по-прежнему* хотите писать про *туалеты?*»? Почему попытка автора совершить своего рода провокацию в профессиональной среде — уже одним выбором объекта социологического анализа — оказывается успешной? Вероятно, ответ мог бы быть таким: потому что объект и перспектива его рассмотрения не существуют самостоятельно друг от друга: они тесно связаны. Витгенштейн говорит: мы не видим только *что*, мы видим *как* (см. его пример «голова У-3», Витгенштейн, 1994: 277–279). Нельзя рассматривать отдельно объект (что) от взгляда (как), нельзя отделить объект от способа его видения. При этом есть, вероятно, конвенциональные образцы этой связки «объект/перспектива», «что/как». Фуко описывает эту взаимозависимость как «дисциплинарный дискурс» (Фуко, 1996: 64–69)².

В нашем случае объект «в широком смысле слова» — человек. Если мы рассматриваем его в «социологическом ракурсе», от нас ожидают анализа социальной структуры, институтов, норм, ценностей, на худой конец — интеракций, идентичностей и пр. Поэтому такая тема социологического исследования как физиологические отправления человеческого организма выглядит, по меньшей мере, странно. Существует медицинский или анатомический дисциплинарный дискурс, в рамках которого следует говорить о телесных отправлениях, в ответ же на предложение изучать то же самое в рамках социологического дисциплинарного дискурса — возникает недоумение. В его основе — сомнение в соответствии предлагаемого «плана» социологическому дисциплинарному дискурсу. Вероятно, природу именно этого недоумения Бурдьё сформулировал в первом же предложении в книге «Фотография»: «Возможно ли и необходимо ли, что практика фотографирования и фотографический образ могут предоставить материал для социологии?» (Bourdieu, 1987: 1). Бурдьё показал, что в случае с фотографированием это не только возможно, но и необходимо. А как насчет отправления «естественных» потребностей?

² Дисциплинарный дискурс — дискурс определенной научной дисциплины. Он предполагает видение объекта определенным образом, его анализ при помощи определенных инструментов и т. д. (Фуко, 1994: 66–69). Я также полагаю, что дисциплинарный дискурс ограничивает и выбор объекта — любая дисциплина начинает свое существование лишь после того, как сможет отграничить и выделить свой собственный объект, предмет и метод (например, работы Вебера (1990) и Дюркгейма (1995) — в случае со становлением социологии как науки).

2. Пользование туалетом как социальная практика

Человеческое? Слишком человеческое!

В свое время, на заре Перестройки, популярностью пользовались настенные календари с изображением шимпанзе, сидящей на унитазе. Эта картинка претендует на то, чтобы казаться смешной, а тот факт, что календари активно раскупались, говорит в пользу обоснованности такой претензии. Что же смешит нас при виде обезьяны, сидящей на унитазе? Обратимся вновь к объяснениям Проппа. Пропп полагает, что смешно любое животное, изображающее человека, «на этом основан комизм дрессированных животных»: слон, размазывающий пену по лицу хозяина, чтобы побрить его, медведи катающиеся на велосипедах, поющие и танцующие собачки (Пропп, 1999: 63). Обезьяны здесь лидируют, вероятно, в силу своей внешности, которая сама по себе выглядит — с нашей точки зрения — как пародия на человеческую внешность. Бахтин отмечает, что обезьяны — «животные, гротескно травестирующие [т. е. пародирующие] человека» (Бахтин, 1990: 390). В случае с упомянутым календарем пародийность, гротескность и нелепость подчеркиваются тем, что животное изображено совершающим сугубо человеческое действие. Конечно, речь идет не о факте испражнения, но об использовании *унитаза*.

Почему пользование туалетом со всеми сопутствующими практиками и аксессуарами считается присущим именно человеку? Означает ли это, что использование туалета есть элемент *культуры*, т. е. того, что коренным образом отличает человека от остальных живых существ? Тогда насколько правомерно полагать, что отправление «естественных»³ потребностей человеком — явление чисто физиологическое? Пожалуй, следует считать его в высшей степени культурным; во всяком случае, тот способ, которым это делает человек, составляет одно из принципиальных отличий человека от прочих биологических организмов. Не следует ли тогда задаться вопросом о границах «естественного» в этой практике?

Стоит углубиться в эту тему, как становится очевидно, что такое, на первый взгляд, естественное явление, как человеческие испражнения, содержит слишком много «неестественного». Для чего человеку необходимы туалетная бумага (да еще с приятным запахом!), пакетики, ролики и прочие приспособления для ее хранения и использования?

³ Вероятно, в выражении «естественные потребности» слово «естественно» понимается как происходящее от «nature» — природы.

Для чего нужны «ершики» всевозможных форм, стульчаки из различных материалов и унитаза разнообразных цветов и форм? Казалось бы, совершенно функциональные элементы, но как много эстетики! Мой ответ таков: даже если полагать, что первоначально часть этих аксессуаров, сопровождающих отправление человеком его физиологических потребностей, была сугубо функциональна, сегодня это — элемент не физиологии, но культуры, и потому — великолепный материал для социологического, антропологического и культурологического анализа. Вот вам фраза: *«Ведь именно в туалете можно делать то, что в других комнатах категорически недопустимо»*. Вы полагаете, это об отпадении естественных потребностей? Ничего подобного — это цитата из глянцевого журнала, посвященного интерьерному дизайну.

Испражнение как социальный факт

В своем исследовании фотографии Бурдые выбрал такой пример, при помощи которого, на первый взгляд, достаточно сложно аргументировать его точку зрения: этот пример интуитивно кажется противоречащим ей. Однако победа, одержанная над таким материалом — ценнее, доказательства — значительнее и убедительнее. В качестве такого «неподходящего» объекта Бурдые выбирает практику фотографирования. Как рассуждает Бурдые? Казалось бы, что может быть более индивидуальным и волюнтаристским, чем фотографирование? На первый «интуитивный» взгляд — фотографируй, что душе угодно. Однако из всех потенциально «фотографируемых» (photographable) объектов люди упорно выбирают определенный набор, который постоянно повторяется: праздники, дети, памятные места и т. п. Причина однообразия выбора фотолюбителей, полагает Бурдые, состоит в том, что практика фотографирования не зависит от индивида: фотография есть социальный факт — в дюркгеймовском смысле, со всей его «принудительной силой» по отношению к индивиду. Ни о каком волюнтаризме не может идти речи, выбор объектов предопределен социально (Bourdieu, 1987: 5–6).

Фотография, как правило, делается коллективно либо с целью быть продемонстрированной другим. Таким образом, эта практика содержит в себе элемент ориентации на коллектив, и связь поведения индивида с обществом может быть доказана относительно легко. Практики отправления физиологических потребностей организма представляются значительно более интимными и не содержащими очевидной ориентации на других, на социальную группу. «Справление нужды» не подразумевает присутствия посторонних или последующей

демонстрации результатов, более того, эта практика скрывается от посторонних. Таким образом, мой пример, вероятно, может считаться еще более «странным», а тезис о том, что испражнение следует рассматривать как социальный факт — еще менее очевидным. Тем не менее, попробуем.

Казалось бы, физиологические и гигиенические процедуры, о которых идет речь, могут быть совершены как угодно, при помощи чего угодно, а те или иные их элементы (например использование туалетной бумаги) могут вообще отсутствовать. Пространства, где производится отправление, как правило, изолированы, происходящее в них — невидимо для других. Казалось бы, какая разница, каким образом совершать эту процедуру, если об этом все равно никто не знает? Однако, с одной стороны, люди демонстрируют в этой ситуации поразительное сходство применяемых практик, используемых материалов и аксессуаров; с другой, как мы уже сказали, эта практика окружена колоссальным количеством не функционально, но эстетически нагруженных аксессуаров. В чем же секрет? Очевидно, в том, что общество активно вмешивается в эту, на первый взгляд, индивидуальную практику, диктует индивиду, как и при помощи чего эти действия следует производить, объясняет, что принято, а что нет, и т. д. Тем самым физиологическое на первый взгляд действие превращается в социальную и культурную практику.

Испражнение и социальный порядок

Возьмем, к примеру, рекламный слоган туалетной бумаги «Lotus» — «Бумага Lotus — мягкий комфорт». Казалось бы, понятие комфорта, в отличие, скажем, от престижа, достаточно индивидуально и даже физиологично, если подразумевается комфорт телесный. Однако современное индустриальное общество претендует на то, чтобы навязывать индивиду те или иные стандарты комфорта через рекламу. В данном случае речь идет о навязывании стандартов комфорта для аксессуара (и связанной с ним практики), который вслед за Рабле может быть назван «подтиркой» (Рабле, 1961: 60). Если маленький Гаргантюа был вынужден (или имел возможность) экспериментировать в выборе «подтирки» (Рабле, 1961: 60), то в современном обществе в этом нет необходимости (возможности, потребности...) — подходящий продукт предлагается вездесущей рекламой. Я полагаю, что появление рекламы туалетной бумаги можно рассматривать в рамках процесса превращения социальной реальности в *одномерную* и подчиненную законам *культуриндустрии*.

Во времена Рабле сфера «телесного низа» была альтернативным пространством «несогласных», пространством, где могли найти прибежище те, кто был неудовлетворен предлагаемой картиной мира: «...подтирка — традиционная фамиллярно-снижающая смеховая тема. <...> Это веселая и свободная игра с вещами и понятиями, но игра, имеющая далеко идущую цель. Эта цель — развеять атмосферу мрачной и лживой серьезности, окружающую мир и все его явления, сделать так, чтобы мир выглядел по-иному — материальнее, ближе к человеку и его телу, телесно-понятнее, доступнее... <...> Фамиллярно-площадное освоение мира... разрушало и отменяло все созданные страхом и благоговением дистанции и запреты, приближало мир к человеку...» (Бахтин, 1990: 422). Таким образом, сфера телесного низа была пространством, где рождались «тактики сопротивления» обычных людей официальным дискурсивным стратегиям. В этой связи Хоркхаймер и Адорно, вероятно, нашли бы симптоматичным то, что сфера «телесного низа» поглощается доминирующим экономическим дискурсом. Если исходить из противопоставления «телесного низа» официозу «власть предрержащих», тогда набатом, предупреждающим о потере индивидом приватности и гражданских свобод, должна показаться следующая надпись на обертке туалетной бумаги: *«соответствует санитарно-гигиеническим требованиям государственных властей»*. Оказывается, и подтирка входит в сферу интересов государственных властей... Что ж, власть не брезгует ничем в стремлении продемонстрировать нам свою заботу.

Тема гигиены, затронутая в приведенной выше цитате, поможет нам обратиться к еще одному сюжету, так же связанному с вмешательством общества в приватную телесную жизнь индивида, с рекламой и тотальной властью капитала в одномерном обществе культуриндустрии. Растущая конкуренция заставляет предпринимателей идти на различные ухищрения, чтобы продать свой товар потребителю. Одним из таких ухищрений стала возможность манипулировать экологическим сознанием наших современников в целях укрепления собственных позиций на рынке⁴. Объектом манипуляций, в числе прочего, стала и туалетная бумага, на упаковочных обертках которой можно обнаружить указания на ее экологическую чистоту, например: «из экологически чистого сырья», «экологически чистый продукт», «без отбеливателя и красителей» и др.

⁴ Этот феномен получил широкое распространение в последнее время. Его суть в том, что в конкурентной борьбе экологическая чистота продукта становится для производителя дополнительным символическим капиталом, который конвертируется в экономический

Можно привести другой пример. Апологеты и творцы нового экономического порядка все чаще используют в рекламной риторике слова вроде «экономия», «экономичность», «экономность» и т. п. Предполагается, вероятно, что любой житель пост-протестантского общества по-прежнему должен следовать бессмертным заветам Бенджамина Франклина и стремиться к экономности, а любой продукт капиталистического общества должен соответствовать требованию экономичности. В этом контексте характерным выглядит название, которое дала своему продукту одна из компаний, производящих туалетную бумагу — «Эконом»). Отсюда, вероятно, такой популярный в свое время рекламный ход производителей как указание на длину туалетной бумаги: покупатель может приобрести в одном рулоне 54, 55, 56, 65, 75 и даже 120 (!) метров туалетной бумаги⁵! Те, кто не могут (или не хотят) похвастаться метражом, берут микронами, указывая на количество «слоев» в своем продукте.

Хотелось бы отметить еще одно явление, которое, на мой взгляд, является блестящим примером парадоксальной амбивалентности, характерной для практик, связанных с «телесным низом,» в эпоху господства культуриндустрии. Мне неоднократно приходилось видеть (и даже использовать) туалетную бумагу с изображением стодолларовой купюры и ста евро. Можно встретить и обертки туалетной бумаги, где обыгрывается пресловутый образ «зеленых». Напрашиваются как минимум два возможных объяснения для этого явления. Одно — «хорошее», другое — «плохое». Начну с «плохого». Продолжая мысль теоретиков Франкфуртской школы (Хоркхаймер, Адорно, 1998, Маркузе, 1994)), можно прийти к мысли, что проникновение изображения денег в сферу личной телесной гигиены — одного из самых частных пространств, которые есть у человека — является апофеозом одномерности общества потребления и всепоглощающей культуриндустрии, основанной на власти капитала. Можно, однако, посмотреть на ситуацию иначе, и здесь оптимизм внушает точка зрения все того же

⁵ Информация о длине бумаги постепенно становится фоновым знанием ее потребителей, воплощаясь в фоновых практиках. Приведу пример. Мой отец, живший долгое время в другом городе, приехал ко мне в гости. Отправляясь за покупками, он спросил, какие у нас с женой есть пожелания. Моя жена попросила его: «Купи, пожалуйста, туалетную бумагу «54 метра». Он недоуменно уточнил: «А что, если будет меньше — не покупать?». Непонимание состояло в том, что моя жена имела в виду название определенного сорта бумаги — любой житель этого города (определенного достатка и стиля потребления), скорее всего, понял бы, что она имела в виду. Мой отец же воспринял название буквально, полагая, что речь идет о длине рулона. Так на примере использования туалетной бумаги можно увидеть, как работает (или не работает) фоновое знание.

Бахтина. Путем самонаблюдения я пришел к выводу, что изображение ста долларов на туалетной бумаге имеет целью доставить потребителю моральное удовольствие от использования в качестве «подтирки» точной копии «стодолларовой банкноты», давно уже ставшей символом капиталистических ценностей в «мире чистогана», а с недавних пор — и символом «американского господства» и «нового мирового порядка». Стоит за этим удовольствием, вероятно, все то же стремление «снизить высокое». При желании, можно усмотреть в этом примере пресловутые «тактики сопротивления», которые люди вынуждены реализовывать доступными подручными средствами; туалетная бумага — одно из них. Какой из выводов правильнее — я так и не решил.

Можно привести еще целый ряд более обычных, привычных примеров того, как общество вмешивается в отправление человеком его «естественных» потребностей, придавая этому процессу так много «не естественности». Например, «подтирка» становится носителем информации: кто из нас, сидя на унитазе или в «туалете типа “сортир”», не читал газеты, журналы и книги, которые впоследствии становились «подтирками»⁶? Коллеги рассказывали мне, что в какой-то из стран Западной Европы на туалетной бумаге печатают не только доллары, но и книги. В той же прогрессивной стране большой популярностью пользуется курс иностранных языков, изданный на туалетной бумаге. Впрочем, и в России популярен способ изучения иностранного языка, непосредственно связанный с туалетом: необходимые для заучивания иностранные слова пишутся на листке бумаги, который вешается в туалете, желательно — в зоне непосредственной видимости из позиции «сидя на унитазе», на уровне глаз — «чтобы зря не терять времени» и «сочетать полезное с приятным».

А вот недавний пример, который демонстрирует, что подтирка может быть источником не просто любой информации, но и политической информации. Не так давно в США стали выпускать туалетную бумагу с портретом Усамы Бен Ладена и призывом «подотриись терроризмом» (в оригинале на английском языке это фраза имеет и другое значение: «уничтожь терроризм»). Вероятно, это следует интерпретировать уже не столько как экономическую, сколько как политическую стратегию. Американские пиарщики и политтехнологи, вероятно, уязвленные в

⁶ Мне, например, удалось таким образом прочитать целую книгу. Мы с семьей были в отпуске в Одессе и снимали там комнату. Хозяйка в качестве «подтирки» клала в коммунальный туалет книги, одну из которых мне практически удалось дочитать до конца. Несколько глав при этом, правда, остались мной не прочитаны, поскольку коммунальным туалетом пользовалось множество «читателей».

своим патриотизмом фактом чрезвычайной популярности туалетной бумаги с портретом Бенджамина Франклина, выполненным в зеленых цветах, со своей стороны решили использовать туалетную бумагу в качестве пространства для пропаганды американских демократических ценностей и «черного PR» врагов Америки и демократии. И так, туалетная бумага из подтирки превращается в арену идеологической борьбы и политического противостояния, в поле битвы за господство в новом мире, пространством построения нового социального и мирового порядка, где можно изощренными средствами унижить политического оппонента.

«Искусство средней руки»: подтирание и практическое знание

В заключение этой части я хотел бы обратиться к еще одному сюжету, демонстрирующему возможности социологического анализа практик, связанных с отправлением «естественных» потребностей человеческого организма, и дающему основания считать эти практики скорее социальными, нежели физиологическими. Речь пойдет о природе человеческого знания.

Что отличает человека от животного? Прежде всего, то, что не в пример животному, руководствующемуся инстинктами, человек, существующий в «информационной брешу», т. е. практически начисто лишенный врожденных инстинктов, научается жить в окружающем его мире — мире культуры, — руководствуясь чем-то иным, нежели инстинкты (Гирц, 1997: 133). Каким образом происходит это научение? Витгенштейн пишет: «Игре обучаются, глядя на игру других» (Витгенштейн, 1994: 105), что значит: бессмысленно учить правилам игры в отрыве от практики самой игры⁷. Той же точки зрения придерживается Кун: «Этот вид знания не достигается исключительно вербальными средствами. Скорее, он облекается в слова вместе с конкретными примерами того, как они функционируют на деле...» (Кун, 1977: 249). Такова специфика практического знания, доступного человеку, в отличие от животного, руководствующегося врожденными инстинктами или условными рефлексиями.

Обратившись к объекту нашего анализа, мы обнаружим, что умение правильно, т. е. в соответствии с определенными требованиями и стандартами, осуществлять процедуры, связанные с отправлением физиологических потребностей организма, есть разновидность такого

⁷ Необходимо помнить, что понятие «игра» здесь должно пониматься в широком смысле и в связи с введенным Витгенштейном понятием «языковая игра».

практического знания. Это может быть проиллюстрировано, скажем, на примере пользования «туалетами типа “сортир”» (т. е. такими туалетами, где отсутствует унитаз, а есть лишь отверстие в полу). Эти туалеты имели достаточно широкое распространение в советское время, а в деревнях сохранились и теперь. Все жители Советского Союза умели ими пользоваться, хотя это требовало обладания соответствующими навыками: правильно подходить к отверстиям в полу, принимать правильное положение тела, правильно распределять вес и т. д.⁸ Эти правила нигде не были записаны, да если бы их кто-нибудь и записал, это не имело бы большого смысла. Поэтому такие правила следует скорее назвать *умениями, навыками*. Точно так же никого из нас, наверное, не учили пользоваться туалетной бумагой: тому, как в момент «подтирания» следует держать бумагу, как поддерживать равновесие тела, в каком направлении совершать «подтирательные» движения, до каких пор продолжать это делать. Мы только знали, как эту процедуру осуществляли с нашим телом наши родители, и затем учили свое тело подражать их действиям. Одно время в Петербурге была популярна инструкция по пользованию туалетной бумагой, кажется, скопированная кем-то из сети Интернет и распространявшаяся по знакомым. В этой инструкции очень детально описывались правила применения туалетной бумаги, вплоть до рекомендуемого для использования размера отрываемого куска бумаги и положения пальцев в момент подтирания. Эта инструкция вызывала смех. Вероятно, потому, что при всей неясности личностного практического знания, каждому понятна бессмысленность существования инструкций, его регламентирующих: на то оно и практическое знание, чтобы быть известным в практике своего применения, а не в виде письменной инструкции.

Все примеры, приведенные в этой части, имели целью показать, что практика отправления физиологических потребностей человеческого организма насковзь социальна. Общество присутствует здесь сплошь и рядом, диктуя, каким образом человеку следует справлять свою «естественную» потребность, проникает в интимные пространства, оставляет здесь свои знаки, стремясь даже в этой торжественной обстановке воздействовать на человека как потребителя и гражданина.

⁸ Точку зрения, что особое личностное телесное знание действительно необходимо для пользования таким туалетом и что оно не является врожденным, не так давно подтвердила моя норвежская коллега, рассказавшая о собственных сложностях, с которыми она столкнулась при пользовании туалетом подобного типа в Африке. Для нее это был новый и доселе не известный практический опыт, что породило для нее массу проблем.

3. «Подтирание» как молитва

Обратимся вновь к «Фотографии» Бурдьё. В своей книге он предлагает рассмотреть практику фотографирования как ритуал воспроизводства групповой идентичности; более того, рассуждая в духе Дюркгейма (Durkheim, 1965), Бурдьё видит фотографию как своеобразную «молитву» индивида богу по имени «социальная группа». Рассматривая свой объект под этим углом зрения, я обнаружил два любопытных сюжета. Оба они связаны все с той же процедурой «подтирания». Первый сюжет — о том, как использование бумаги само по себе становится практикой, вокруг которой организуется группа. Вторым сюжетом касается связи туалетной бумаги со «стилем жизни», «демонстративным потреблением» и социальной стратификацией общества.

Группа «на бумаге»

Купив в январе 1998 г. рулон туалетной бумаги, я обнаружил в нем своего рода информационный бюллетень фирмы «Papirus Club», производителя туалетной бумаги. Этот информационный листок я интерпретировал как артефакт, свидетельствующий о попытке создать определенное сообщество или «клуб», как называют его авторы идеи, вокруг практики использования туалетной бумаги. Авторы этого информационно-рекламного послания обращаются к читателям от имени клуба «Папирус Клуб» со словами «Дорогие друзья <...> фирмы “Папирус Клуб”». То есть потребление именно бумаги от данного производителя преподносится как знак лояльности к данной группе, объединенной вокруг определенной практики. Кроме того, авторы обращения предлагают потребителям бумаги принять участие в создании собственного внутригруппового фольклора: сочинении стихов, частушек, анекдотов и т. п. об использовании бумаги «Папирус Клуб». Как видно из текста, наградой за проявление лояльности и активное участие в культурной жизни клуба является поездка на неделю в Финляндию. Я полагаю, эту акцию можно расценивать как попытку создать «реальную группу» из людей, составляющих группу «на бумаге» — из тех, кто по тем или иным причинам пользуется продукцией данной фирмы. Другими словами, пользователи туалетной бумаги могут рассматриваться как «воображаемое сообщество» (Андерсон, 2001).

Мне кажется, что идея существования разного типа воображаемых сообществ, члены которых никогда не встретятся друг с другом, сообществ, которое существуют как «реальные» постольку, поскольку воображаются как *реально* существующие — очень продуктивна для социологического анализа. В числе предпосылок возникновения такого воображаемого

сообщества как нация автор термина Бенедикт Андерсон отводит важное место самой способности воображать определенным образом. Андерсон связывает формирование определенного типа воображения с возникновением новеллы и газеты (для нас важно, что то и другое может выполнять функцию туалетной бумаги). Вот как он описывает роль газеты: *«Эта массовая церемония — а еще Гегель заметил, что газеты заменяют современному человеку утренние молитвы, — имеет парадоксальную значимость. Она совершается в молчаливой приватности, в тихой берлоге черепа. Тем не менее, каждый, кто к ней причастен, прекрасно знает, что церемония, которую он выполняет, дублируется одновременно тысячами (или миллионами) других людей, в чьем существовании он уверен, хотя не имеет ни малейшего представления об их идентичности. Кроме того, эта церемония повторяется с интервалом в день или полдня в потоке календарного времени. Можно ли представить себе более живой образ секулярного, исторически отмеряемого часами воображаемого сообщества? В то же время читатель газеты, наблюдая точные повторения своего потребления газеты своими соседями по метро, парикмахерской или месту жительства, постоянно убеждается в том, что воображаемый мир зримо укоренен в повседневной жизни»* (Андерсон, 2001: 57—58). Мне представляется, что, заменив действующее лицо этого отрывка, т. е. читателя газеты, на человека, употребляющего газету в качестве «подтверки», мы несколько не исказим основную мысль и получим точный образ воображаемого сообщества потребителей туалетной бумаги, примером которого является «Папирус Клуб». Действительно, все люди (населяющие Европейский и Североамериканский континенты) более или менее регулярно используют газету или туалетную бумагу в указанном назначении. Эти люди вполне могут представлять себе, что миллионы других людей делают это примерно так же, примерно с такой же регулярностью, а, возможно, в это же самое время. Каждый из нас может представить себе другого в том же положении за тем же занятием, и этот образ способен вызывать определенные эмоциональные чувства, сродни чувству групповой идентичности⁹. Мы никогда не встретим большинства

⁹ Так, в момент наступления Нового года под бой курантов на Спасской башне Кремля меня переполняет чувство принадлежности к огромному сообществу людей, которые в эту секунду так же, как и я, пьют бокал шампанского. Несмотря на политизированность происходящего и пафосности ритуала, возникает удивительное ощущение группового единства и солидарности с миллионами людей, которых я никогда не видел и не увижу и с которыми у меня вообще может не быть практически ничего общего. Кроме того, что 31 декабря каждого года в одну и ту же минуту мы с ними совершаем одно и то же действие. И это почему-то сближает...

тех, кто, как и мы, пользуется туалетной бумагой, но мы можем их себе представить. Мы можем обнаруживать следы их существования в общественных туалетах, а порой и просто «на природе». Есть и другие объективные признаки существования воображаемого сообщества пользователей туалетной бумаги, например, реклама и другие дискурсивные факты. Так, покупая туалетную бумагу можно услышать от продавца: «Берите эту, та совсем не впитывает». Несомненно, это обращение к покупателю как человеку, разделяющему определенное знание, как к члену сообщества, в котором существует консенсус по определенному поводу — по поводу использования туалетной бумаги и ее качеств. Тогда акции «Папирус Клаба» можно расценивать, как попытки укрепить воображаемое сообщество, напомнить его членам о его существовании; одновременно основать локальную идентичность через создание малого воображаемого сообщества (потребителей туалетной бумаги от определенного производителя) внутри большого воображаемого сообщества (всех, кто пользуется туалетной бумагой). Практика использования определенной бумаги становится здесь стержнем, вокруг которого группа формируется. Можно было бы сказать, что в случае с «Папирус клубом» мы наблюдаем попытку превратить *техническую преданность* (commitment) индивидов социальной группе, образованной вокруг определенной практики, в *экзистенциальную* (Волков, 1998).

«Демонстративное потребление» туалетной бумаги

Второй сюжет, демонстрирующий роль практик использования туалетной бумаги в качестве «молитвы» или ритуала воспроизводства групповой идентичности, связан с потреблением. Этот сюжет представляется более тривиальным, однако также позволяет сделать любопытные выводы и плавно перейти к заключительной части эссе.

Повышая свой уровень жизни, люди начинают осознавать себя членами новых, более высоких социальных слоев в системе социальной стратификации. Принадлежность к «статусной группе» не в последнюю очередь означает ведение определенного стиля жизни, включающего стиль потребления. Среди прочих продуктов люди потребляют и туалетную бумагу. Мои наблюдения показывают, что с повышением уровня благосостояния люди начинают менять свои предпочтения. Тот, кто раньше вполне мог забыть вовремя купить туалетную бумагу и в ее отсутствие довольствоваться газетой, книгой или журналами, теперь предпочитают следить за количеством туалетной бумаги в доме, чтобы избежать необходимости пользоваться газетой и т. п. И это не

вопрос телесного комфорта — тело человека не изменилось, это вопрос «приличия» и самоуважения, за которым стоит социальный статус, самоидентификация с определенной статусной группой и присущим ей стилем потребления.

Люди, которые при прежнем уровне достатка покупали отечественную туалетную бумагу, с улучшением своего благосостояния предпочитают переходить на фирменную (мягкую, двухслойную, разноцветную, ароматизированную) бумагу, которая по цене превосходит «обычную» бумагу отечественного производства в 10 раз. Можно было бы сказать, что речь здесь идет лишь о комфорте, но ответьте мне: зачем тогда делать туалетную бумагу «в ромашку»? Или оранжевого цвета с запахом апельсина!? Тут уже на лицо эстетические потребности; но не в одних только комфорте и эстетике дело.

Раблезианский Гаргантюа в порыве творческого поиска перепробовал десятки предметов в качестве «подтирки», чтобы найти тот единственный предмет, который доставляет «неизъяснимое удовольствие» при подтирании (Рабле, 1961: 60–62). Между тем, можно заметить, что сам Гаргантюа характеризует изобретенный им способ подтираться не просто как «самый удобный», но и как «самый, можно сказать, королевский, самый благородный, самый лучший» (Рабле, 1961: 60). То есть, помимо простого технического удобства и телесного комфорта, речь идет и о категориях, имеющих очевидную социальную и моральную нагрузку. И здесь мы вплотную подходим к третьей основной задаче данного фрагмента, заимствованной из той же работы Бурдьё — к рассмотрению практик, связанных с отправлением физиологических потребностей человеческого организма, в качестве маркеров для проведения границ между различными социальными группами в обществе.

4. Использование туалета и социальная стратификация общества

Общеизвестно такое выражение (эвфемизм для обозначения туалета): [место] «куда короли пешком ходят». Очевидно, что в этой фразе подчеркивается роль практик «справления нужды» не как «маркера» социальных границ, но как «ластика», эти границы стирающего. Это выражение призвано показать, что отправление физиологических потребностей есть практика, уничтожающая социальную стратификацию, уравнивающая короля с его подданным в силу того, что оба они «люди», т. е. существа физиологические, а не социальные. Однако любой внимательный наблюдатель за окружающей повседневностью заметит, что практики отправления человеком

«естественных» потребностей, в частности, пользование туалетом, маркируют огромное количество социальных границ в обществе, позволяют проводить различие между множеством социальных групп, сред, практик, существующих и соседствующих в различных измерениях социальной реальности. Норберт Элиас посвятил этому процессу прекрасное социально-историческое исследование, опубликованное в двух томах. Мы, однако, не будем пересказывать его работу, но вместо этого рассмотрим несколько примеров, позаимствованных из окружающей повседневности.

Петербуржцы/не петербуржцы: В таком издании как «ПиПи путеводитель. Все секреты про туалеты Санкт-Петербурга» мы можем обнаружить следующую фразу: «Появление именно в Питере такой «туалетной» мини-антологии вполне естественно. Ведь несмотря на то, что состояние питерских туалетов пока вряд ли может быть предметом нашей гордости, чистоплотность всегда была отличительной чертой всех истинных петербуржцев, начиная с самого основания северной столицы» (ПиПи путеводитель, 1998: 1). В приведенной цитате видно, что «чистоплотность» и «состояние туалетов» могут являться или не являться «предметом гордости», то есть могут становиться значимым маркером, позволяющим одному сообществу (скажем жителей одного города) отличать и противопоставлять себя другим сообществам. При чем это видение (vision) не только включает в себя различие (division), но автоматически содержит определенную иерархию и моральное оценочное суждение «лучше/хуже»: «Общеизвестно, что по количеству туалетов можно судить о культурном уровне города. В Петербурге их сегодня — более трехсот» («Куда короли пешком ходят», 1996: 12). Здесь количественные характеристики используются для позиционирования себя и других на моральной шкале «хорошо/плохо», а основанием для маркирования становится именно туалет.

Престижное/не престижное заведение: например в том, что касается выбора кафе, баров, ресторанов, клубов. Полагаю, многие согласятся с тем, что уровень престижности заведения мы часто оцениваем по его туалету. «Грязный» туалет говорит о низком уровне заведения; чистый и/или «стильно» оформленный туалет вызывает симпатию, придает стильность всему заведению. Более того, я отметил любопытное заимствование: в упомянутом «ПиПи путеводителе» туалеты Петербурга представлены в таблице, где каждому туалету соответствует

указание на уровень обслуживания (чистоты?) в нем, обозначенный тем или иным количеством звездочек. Подобные обозначения используются для оценки уровня комфортности гостиниц, уровня цен и уюта в барах и клубах. Эта аналогия заставляет задуматься о сходстве туалетов с другими публичными пространствами и институтами сферы обслуживания, что позволяет рассматривать использование туалетов в связи, например, со стилем жизни (ходить в стильные заведения, где даже туалет стилизован), статусным потреблением (не ходить в места, где туалет «грязный») и т. п.

Не последнюю роль играет туалетная бумага: наличие, качество и количество туалетной бумаги — безусловно, важные маркеры престижа заведения. Это может относиться не только к увеселительным заведениям: два рулона мягкой двухслойной бумаги, которые я обнаруживал каждый раз, приходя в конце 1990-х годов в туалет Института «Открытое Общество», неизменно вызывали у меня уважение к данному учреждению, напоминая, что я нахожусь «на островке Запада», почти как в посольстве иностранного государства. Напротив, отсутствие туалетной бумаги в туалетах ИНИОН в Москве в 2005 году неприятно поразило: до этого мне казалось, что Москва не просто один из самых богатых, но и «мировых», «глобальных», «вестернизированных» городов России. Однако отсутствие туалетной бумаги в академических институтах заставило усомниться в «глобальности» и «вестернизованности» Москвы, задуматься о «неконсистентности» критериев, используемых мной для определения статусной позиции города, и о социальной гетерогенности пространств, о социальной иерархии внутри городского сообщества или всего общества...

Таким образом туалет, служащий, казалось бы, для комфортного отправления физиологических функций организма, выступает в роли ориентира на социо-культурном ландшафте; служит маркером, позволяющим нам отличать не только эстетичное от неэстетичного, но также «наше» от «чужого», «хорошее» от «плохого», «престижное» от «непрестижного», «прогрессивное» от «отсталого» и т. д.

Бедные/богатые: помимо определения уровня общественного заведения, туалеты могут помочь и в определении благосостояния отдельных граждан. Один из моих знакомых — врач, занимающийся частной практикой с визитами на дом, следующим образом ответил на вопрос о том, как он определяет, сколько денег брать с пациента в каждом отдельном случае: «Я захожу в туалет и ванну — помыть руки, и мне становится понятно, сколько денег брать с этого пациента».

Имеется в виду, что состояние «уборной» достаточно красноречиво свидетельствует о материальном достатке человека. Очевидно, подразумевается, что стиль жизни, отражающий социальный статус человека, должен обладать консистентностью: уровень материального достатка предполагает соответствующее оформление туалета. Возможна и другая интерпретация: человек, который содержит в хорошем состоянии (например, сделал дорогой ремонт) даже туалет, вероятно, дорого отремонтировал и всю остальную квартиру, т. е. имеет достаточно денег. Т. е. такое функциональное, казалось бы, помещение как туалет становится инструментом, позволяющим даже «обыденному социологу» (термин этнометодологии) проводить ранжирование индивидов по социально-стратификационной шкале. Чем же хуже социологи профессиональные?

Интеллигенты/не интеллигенты: приведу еще один пример, когда состояние туалета становится для социолога средством проведения границ между социальными группами. Одна из моих коллег, социолог, сказала однажды (в шутку, в которой была известная доля правды), что за время своего исследования бывших дворян, все еще живущих в Петербурге, она вывела стопроцентный критерий «интеллигентности». Для информантов, с которыми она работала, критерий «интеллигентности» был одним из основных социально-стратификационных критериев. Поэтому в течение исследования она мучалась вопросом: как определить «интеллигентную» семью? Достаточно легко сделать это интуитивно, на обыденном уровне, но как социологу ей требовалось найти некий эмпирический социологический критерий. Таким критерием оказалось состояние унитаза: по ее наблюдениям, в унитазе «интеллигентного» человека что-нибудь непременно должно быть не в порядке; это может быть разбитая крышка унитаза, сломанный слив, замененный ведром, унитаз может подтекать, быть расколотым и т. д.¹⁰

Деревня/город: как и в случае с фотографированием, практики, связанные с отправлением естественных физиологических потребностей организма — один из важных составных элементов границы, проводимой между городом и деревней. Здесь отличается практически все: архитектура и «внутреннее убранство» туалетов, отношение к чело-

¹⁰ После этого случая, кстати говоря, я перестал расстраиваться каждый раз, когда что-то происходило с унитазом у меня дома; более того, я этим почти гордился и не торопился его ремонтировать.

веческим испражнениям (деревенское сельское хозяйство в значительной степени основывается на вторичном использовании человеческих экскрементов в качестве удобрений, что определяет более спокойное, прагматическое отношение деревенских жителей как к самой практике, так и к ее продукту). В свою очередь, в соответствии с понятием «языковых игр» невербальные и вербальные практики тесно увязаны: в деревне достаточно легко и непринужденно говорят о том, что связано с физиологическими отправлениями человеческого организма, такие слова как «дерьмо» и даже «говно»¹¹, режущие слух городскому жителю и являющиеся в его представлении бранными, для жителя деревни представляются повседневной лексикой. Можно обратиться и здесь к благодатной теме использования туалетной бумаги. От многих людей мне приходилось слышать истории о том, что проблематизация повседневности в связи с переездом в деревню, например, на лето, отчасти была связана с использованием непривычных «подтирок». Так, мои знакомые рассказали историю об удивительной настойчивости и принципиальности, с которой деревенские жители отказывались пользоваться туалетной бумагой в качестве «подтирки». Это было связано не с отсутствием туалетной бумаги — городские жители привозят ее с собой, но с принципиальной позицией «принимающей стороны». Деревенские жители отказываются от рафинированных «городских» практик, на их взгляд, излишне пропитанных изнеженностью, заботой о собственном теле, боязнию неудобств — теми качествами, которые деревенские жители в принципе склонны приписывать горожанам. То есть практики, связанные с использованием «подтирок», в числе прочих становятся инструментом проведения границ между социальными группами «деревенские/городские».

Еще один пример того, как деревенские жители апеллируют к «туалетным» практикам, аргументируя преимущества сельского образа жизни и недостатки образа жизни городского. В данном случае речь идет об архитектурном планировании жилища. Одним из существенных недостатков городских квартир деревенские жители считают тесноту, ограниченность пространства, в то время как в деревне строения с разной функциональной нагрузкой разнесены в пространстве. Одним из таких строений является, по мнению сельских жителей, туалет: сосуществование в городской квартире кухни и туалета бок о бок приводит их в недоумение и вызывает недовольство; они не понимают, «как так

¹¹ Это слово не прошло проверку на спеллинг — система проверки орфографии программы Word подчеркнула его, как незнакомое.

можно жить» и ни за что не согласились бы жить в таких «ненормальных» условиях. Приведем цитату: «*Как у вас там в городе... вся рядом, туалет рядом с кухней..., и не дунуть как следует! А если дунешь — по всему стояку слышно!*» (из разговора с жителем станицы Кубанская Краснодарского кр., лето 2002).

Русские/нерусские: наблюдение показало, что практики использования туалета могут стать и средством проведения национальных границ. В уже упоминавшемся «ПиПи путеводителе» по туалетам Петербурга можно обнаружить неожиданную вариацию на хорошо известную тему выработки национальной русской идеи в духе «Он русский, и это многое объясняет»: «*А может, есть какая-то особенность и в российском характере, и в наших устоях, коль для обозначения всем известного места, сооружения нам одного наименования недостаточно, нужно придумать аж целый десяток: отхожее место — нужник — ретирадное место — ретирадник — уборная — клозет — сортир — гальюн — туалет — ватер-клозет — санузел, наконец*» (ПиПи путеводитель, 1998: 5).

Приведу еще несколько примеров, когда критерием отличия «русских» от «не русских» становятся практики, связанные с туалетной бумагой. Одной из своих знакомых я задал вопрос: что она думает по поводу того, какие заменители используют люди, когда у них кончается туалетная бумага. Она сказала, что, например, в Германии или США (она бывала в обеих странах), этот вопрос совершенно не уместен: там бумага *не кончается*. Может быть, потому что ее покупают оптом, как и все остальное (т. к. оптом дешевле), может быть по другим причинам, но совершенно невозможно представить себе ситуацию, чтобы в американской или германской семье закончилась туалетная бумага. Точно так же, сказала моя коллега, совершенно неуместна в западных странах популярная советская практика отматывать туалетную бумагу и носить ее с собой — «на всякий случай — мало ли что...» (имеется в виду, что шансы обнаружить туалетную бумагу в общественном туалете практически равны нулю). В западных странах, сказала она, не может быть туалетов, в которых нет туалетной бумаги — это запрещено и такому заведению грозит закрытие¹². Впрочем, кто-то из друзей недавно

¹² Мой собственный опыт зарубежных поездок показывает, что это некоторое преувеличение — бывает, что туалетной бумаги нет и в западно-европейских и в скандинавских туалетах. Этот рассказ моей коллеги скорее идеально-типическая ситуация, сконструированная не для того, чтобы с документальной точностью передать как все есть «на самом деле», но с целью провести различия, показать, что «мы» и «они» разные.

заметил, что ему удалось найти в Германии туалет без туалетной бумаги — это был туалет в *турецком* кафе. Исключение здесь подтверждает правило: практики, связанные с использованием туалетной бумаги могут служить критерием проведения национальных границ. Более того, можно включить сюда и религиозные границы. Все мои знакомые, когда-либо посещавшие мусульманские страны, испытывали там массу трудностей в общественных туалетах в связи с тем, что в этих странах туалетная бумага совершенно отсутствует, ее заменяет вода (традиция, имеющая религиозное происхождение).

В России хорошо известен германский так называемый «анальный юмор». Одна из знакомых немецких коллег рассказывала мне о том, что в Берлине существует бар, название которого звучит по-немецки как «Кло» — сокращенное от Klosett. По ее словам, стулья в этом баре выполнены в виде унитазов, еду подают в посуде, отчетливо напоминающей ночные горшки, и т. д. Невольно вспоминается разделение наций (или культур) по типам «фиксации» на тех или иных частях человеческого тела, где германская культура считается имеющей «анальную фиксацию»¹³.

Женщины/мужчины: практики отправления физиологических потребностей человеческого организма обнаруживают очевидное гендерное (именно гендерное, а не половое, в смысле биологических отличий) измерение и становятся важным инструментом для выстраивания гендерных границ, организации гендерного порядка в обществе. Согласно И. Гофману, создание разного пространства для мужчин и для женщин, самым очевидным примером которого является туалет, есть не что иное, как практики конструирования гендера (Goffman, 1997: 204-205). По мнению Гофмана, различие в биологическом устройстве организма мужчины и женщины не означает неизбежно необходимость существования разделенного мужского и женского пространства. Биологические различия становятся гендерными в тот момент, когда получают свое продолжение в социальных отношениях, приобретают социальные смыслы. Допустим, всем известно, что так называемую «малую нужду» женщины и мужчины «справляют» по-разному — технически, в силу биологических отличий. Само по себе это различие не представляет интереса для социолога до тех пор, пока

¹³ Говорят, подобное заведение открылось и в Москве. Что ж, национально-культурные традиции присваиваются глобальным обществом, становясь частью мировой глобальной культуры. Скоро, кло-бары, вероятно, будут встречаться не реже английских и ирландских пабов. А Москву, похоже, все же придется считать глобальным городом.

оно а) не влечет за собой социальных последствий, б) не становится оценочным. О существовании социальных последствий в виде различного пространства уже говорилось. Но биологическое отличие может получать и различную моральную оценку. Фактически дела обстоят так, что способ, которым отправляют свою физиологическую потребность женщины, в среде мужчин оценивается как более унижительный, демонстрирующий слабость «слабого пола»: «С одной стороны мне, как Карлу Марксу, нравилась в них слабость, то есть, вот они вынуждены мочиться, приседая на корточки...» (Ерофеев, 1997: 64). Наблюдения показывают, что практики использования туалета могут становиться и инструментом дискриминации женщин. Широко известна шутка: что могут делать трое мужчин и никак не смогут сделать три женщины (ответ: писать в один унитаз). Здесь за женщинами закрепляется неспособность осуществить определенные действия, на которые способен мужчина. Несмотря на то, что практическая полезность этих действий вызывает сомнение, дискриминирующим становится сам факт того, что женщины *не способны* делать то же, что мужчины. Другой пример дискриминации — уже из области недискурсивных практик: в гей-клубе «69», в свое время существовавшем в Петербурге, официальной идеологией которого являлась дискриминация женщин (которых организаторы клуба всегда подозревали в бисексуальности) в пользу мужчин-гомосексуалистов, не было как такового женского туалета; там был лишь мужской туалет и «общий».

Мы можем наблюдать и примеры того, что стирание гендерных различий, происходящее в пространстве отправления т. н. «естественных» потребностей, воспринимается как разрушение социального порядка общества. Например, про Голландию из уст россиянина среднего возраста (и любого пола и образования) можно услышать следующее: «да что про них говорить, про этих голландцев!? Деграданты! У них же сплошные наркотики, кругом секс, а туалеты для мужчин и женщин общие!». Так стирание гендерных границ, имеющее место в пространстве туалета, ставится автором высказывания в один ряд с другими деструктивными для социального порядка практиками — наркотизацией и сексуальной распушенностью.

Дети/взрослые: существует различие между практиками — вербальными и невербальными, — связанными с отправлением физиологических потребностей детьми и взрослыми. Так, ребенок, в отличие от взрослого, может вслух и достаточно громко объявить о своем желании испражниться, он может совершить этот акт в общественном месте,

например, на улице или на кухне в квартире, на детском ночном горшке (впрочем, в присутствии гостей, родители все-таки предпочитают отправить ребенка испражняться в туалет). Говоря «может, в отличие от взрослого», я имею в виду, что реакция окружающих на подобное поведение ребенка не будет столь же негативной, какой она была бы в случае, если бы подобные действия попытался осуществить взрослый. В качестве еще одного примера существования отличий не только гендерных, но и возрастных, приведу цитату из «ПиПи путеводителя»: «На многих горожан и тем более гостей Петербурга долгие годы производил яркое впечатление туалет, находившийся недалеко от угла Каменоостровского и Кронверского проспектов... От других своих “собратьев” отличался туалет и наличием четырех входов: кроме обычных “М” и “Ж”, внутрь вели еще две двери с надписями на эмалевых табличках “для мальчиков” и “для девочек”» (ПиПи путеводитель, 1998: 9). Добавим, что наличие разграничения по принципу пола в туалетах для детей — ситуация не обычная (хотя определение «производил яркое впечатление», возможно, не самое удачное); именно поэтому данный случай и отметили авторы «ПиПи путеводителя». В большинстве же детские практики пользования туалетами напротив могут стать иллюстрацией к тезису о том, что даже в случае с туалетами мы имеем дело не с полом, а с гендером, т. е. с его социально-культурным коррелятом. Не секрет, что родители берут с собой детей в туалет (а также в баню) вне зависимости от «пола», но до определенного возраста; в детских садах туалет не разделен на М и Ж, но «высаживают на горшки» всех вместе. «Нормальность» таких действий объясняется тем, что на быденном уровне люди все еще — почти через сто лет после работ Фрейда — уверены в том, что у детей отсутствует «пол». В действительности, биологический пол у детей уже есть, а вот социальный гендер — еще не сформировался; это и позволяет взрослым не делить детское пространство на мужское и женское, в т. ч. — пространство туалета.

Свои/чужие: хорошим примером для проведения такого рода границ могут служить учреждения, в которых есть пространство «для служебного пользования» — для сотрудников, т. е. для «своих», и есть пространство для общественного пользования — для посетителей, т. е. для «чужих». «Свое» и «чужое» пространство может быть помечено при помощи туалета. Так, на пространстве «чужих» туалет может вообще отсутствовать или быть значительно менее ухоженным, чем на «своем» пространстве. Пространство может маркироваться также фактом наличия/отсутствия туалетной бумаги в туалете. Полагаю, многие еще

помнят, что в советское время в публичных местах и учреждениях могло не быть туалетов на «общественной» половине помещений, все туалеты предназначались исключительно для «персонала».

Заключение

При пристальном наблюдении социолог может обнаружить обширную и малоисследованную область социальной реальности, организованную вокруг практик отправления «естественных» нужд человеческого организма. Сфера жизни, связанная с практиками отправления физиологических потребностей человеческого организма, не изолирована от других сторон социальной, культурной и экономической жизни, но, напротив, находится с ними в тесной связи. Мы легко обнаружим тесные отношения туалетной тематики со сферами потребления пищи и напитков (в путеводителе по туалетам можно увидеть большое количество рекламы баров, ресторанов, клубов; владельцам ПиПи путеводителя предоставляется четыре кружки бесплатного пива в определенных барах Петербурга), сантехники (реклама унитазов также присутствует в ПиПи путеводителе), индустрии развлечений (опять же — бары, клубы), литературы (выпуск литературы типа ПиПи путеводителя) и т. д. Этот список можно было бы продолжать, однако я остановлюсь. Данная статья — набросок, демонстрирующий возможности социологии в сфере анализа повседневности; впрочем, если где-то материал увлекал меня настолько, что я не мог отказать себе в удовольствии углубиться в детали, надеюсь, это не повредило тексту. Я постарался указать на возможность говорить о практиках отправления «естественных» потребностей человеческого организма в рамках дисциплинарного дискурса социологии, т. е. используя «концептуальные и технические средства» данной дисциплины и ее «теоретические горизонты» (Фуко, 1996: 66—67). Насколько мне удалось это сделать — судить читателю.

Литература

- Адорно Т., Хоркхаймер М. (1998) Дialeктика Просвещения. М.
Андерсон Б. (2001) Воображаемые сообщества. Размышления об истории и распространении национализма. М.: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле».
- Бахтин М. (1990) Образы телесного низа в романе Рабле // Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса. М.: Художественная литература.

- Вебер М. (1990) О некоторых категориях понимающей социологии // Избранные произведения. М.: Прогресс.
- Витгенштейн Л. (1994) Философские исследования. М.: «Гнозис».
- Волков В. (1998) Следование правилу, как социологическая проблема. // Социологический журнал, № 3 / 4.
- Гирц К. (1997) Влияние концепции культуры на концепцию человека. // Антология исследований культуры. Т. 1. Интерпретация культуры. СПб.: Университетская книга.
- Дюркгейм Э. (1994) Самоубийство. Социологический этюд. М.
- Дюркгейм Э. (1995). Метод социологии // Социология. Ее предмет, метод, предназначение. М.: Канон.
- Ерофеев В. (1997) Москва — Петушки. // «Оставьте мою душу в покое...»
- «Куда короли пешком ходят...» (1996). Аргументы и Факты. № 49 (172).
- Кун Т. (1977) Структура научных революций. М.: «Прогресс».
- Маркузе Г. (1994) Одномерный человек. М.: «Refl-book»
- Полани К. (1984) Личностное знание. М.: «Прогресс»
- Пропп В. (1999) Проблемы комизма и смеха. М.: «Лабиринт»
- ПиПи путеводитель. Все секреты про туалеты Санкт-Петербурга (1998) Информационно-издательское агентство «ЛИК».
- Рабле Ф. (1961) Гаргантюа и Пантагрюэль. М.: ГИХЛ
- Фуко М. (1996) Порядок дискурса. // Воля к истине. По ту сторону власти и сексуальности. М.: Магистерум Касталь.
- Bourdieu P. (1987) *Photography: The Middle-brow Art*. Stanford University Press. Stanford, California.
- Durkheim E. (1965) *The Elementary forms of Religious Life*. Free Press. N. Y.
- Garfinkel H. (1985) *Studies in Ethnomethodology*. Polity Press. Cambridge.
- Goffman (1997) *Gender Display*. // *The Goffman Reader*. Ed. by Charles Lemert and Anna Branaman. Blackwell Publ.