

Раздел 1. ВЕЩИ В СОВЕТСКОЙ КУЛЬТУРЕ

От бытового аскетизма к культу вещей: идеология потребления в советском обществе

О. Гурова

Понятие идеологии

Вопросы идеологии и ее места в исследованиях общества и культуры можно назвать одной из самых обсуждаемых проблем в гуманитарном знании. Концептуализация термина «идеология» в социологии и культурологии связывается с именами К. Маркса и Ф. Энгельса. В классической работе «Немецкая идеология» философы определяют идеологию как идеи правящего класса, способствующие поддержанию сложившегося в обществе порядка: «индивиды, составляющие господствующий класс, определяют данную историческую эпоху во всем ее объеме, во всех ее областях», «мысли господствующего класса являются в каждую эпоху господствующими мыслями»³. Наиболее часто вместе с термином «идеология» Маркс и Энгельс употребляют категории «ложное сознание» и «иллюзии». Идеология представляет собой систему иллюзорных представлений правящего класса о самом себе и о том, как должно быть устроено общество. Эти иллюзии легитимируют подчинение правящему классу и могут пассивно приниматься теми, кем правят.

Представления Маркса и Энгельса об идеологии послужили источником вдохновения для ряда других концепций идеологии. Например, философы Т. Адорно и М. Хоркхаймер говорят об идеологии в контексте критики массовой культуры. Они понимают идеологию как ложное сознание и ложное представление о реальности, «вбываемое» в головы людей с помощью средств массовой информации с целью поддержания господствующего порядка⁴. Французский философ Р. Барт связывает идеологию с мифом и понимает ее как набор смыслов, заложенных в знаках культуры: идеология использует тела «невинных» вещей, чтобы пропустить через них свой смысл⁵. Барт, подобно Марксу и Энгельсу, Адорно и Хоркхаймеру, наделяет идеологию негативными чертами. Негативное представление о идеологии связано с тем, что основная ее функция в контексте перечисленных концепций – формировать «ложное» представление о реальности и под-

³ Маркс К., Энгельс Ф. Немецкая идеология. Гл. 1 // Маркс К. Социология. М.: Канон-Пресс-Ц: «Кучково поле», 2000.

⁴ Адорно Т., Хоркхаймер М. Критика культуриндустрии // Адорно Т., Хоркхаймер М. Дialeктика просвещения: Философские фрагменты. М.; СПб.: Медиум: Ювента, 1997.

⁵ Барт Р. Мифологии. М.: Изд-во Сабашниковых, 1996.

держивать сложившиеся в обществе отношения доминирования и подчинения.

В социологии существует ряд концепций, которые, во-первых, отходят от трактовки идеологии как источника ложной картины реальности и понимают ее как саму реальность и, во-вторых, отказываются от понимания идеологии как общественного сознания и говорят о ней как о представлениях, существующих в коллективном бессознательном. К числу таких концепций относится подход философа Л. Альтюссера⁶.

Альтюссер понимает идеологию как набор представлений о реальности, систему концепций, идей, мифов и образов, с помощью которых люди понимают, оценивают, переживают сложившееся у них представление о реальных условиях существования. Эти концепции существуют как структуры, навязанные человеку «в обход» его сознания. В то же время эти структуры есть пережитые и принятые культурные объекты, которые влияют на человека и определяют его повседневную жизнь.

Понимание идеологии, использованное в данной работе, трактует идеологию как набор ценностных дискурсов, содержащих идеи доминирующих в обществе классов и социальных групп и распространяющихся через различные формы культурных продуктов (журналы, газеты, телевидение, кино, вещи). Содержание этих культурных продуктов является механизмом продвижения определенных идей, ценностей, убеждений и повседневных практик. В контексте данной работы нас будут интересовать идеи и концепции, которые помогут реконструировать и понять отношение к вещам, моде, нормативные повседневные практики обращения человека с вещью. Эти идеи и концепции интегрированы в массовый дискурс, который, с одной стороны, формирует реальность, а с другой стороны, в определенной степени является ее отражением. В статье на основе анализа эмпирических данных выделяются четыре периода в истории советского общества, существенно различающиеся идеологическими «акцентами», и описываются свойственные каждому периоду доминирующие идеологемы.

«Революционная доктрина вкуса» и бытовой аскетизм: 1920-е гг.

Революция принесла существенные изменения в сферу повседневности и стала толчком к строительству «нового быта». «Новым» быт был назван по сравнению со «старым», дореволюционным, пережитки которого пытались ликвидировать власть. Такие составляющие быта, как жилье или одежда, находились под пристальным вниманием реформаторов, что может быть расценено как часть политики конструирования нации посредством форми-

⁶ Althusser L. Ideology interpellates individuals as subjects // Identity: A Reader / Ed. By P. duGay et al. L.: SAGE Publ., 2000. P. 31–38.

рования ее «символов», к числу которых, безусловно, относятся «материальные» составляющие быта: предметы одежды, бытовые вещи и т. д.⁷

Доктрина, на которой было основано построение повседневности, может быть выражена формулой «общественное бытие определяет общественное сознание» – эта фраза из марксистского наследия была хорошо усвоена советскими политическими лидерами⁸. В контексте идеологии строительства нового быта можно выделить дискуссию о «жизнестроении» и перестройке материальной стороны повседневной жизни в соответствии с «революционной доктриной вкуса».

Революционная доктрина вкуса, в свою очередь, основывалась на теории фетишизма К. Маркса, в основе которой утверждение о том, что при капитализме наблюдается культ вещей, превративший отношения людей в отношения вещей, сделавших самого человека вещью⁹. Вещи в капиталистическом обществе выступают символами социального положения и престижа, и, следовательно, социальной значимости человека; таким образом, вещи нивелируют личные качества.

Социализм, в отличие от капитализма, также стремится к избытию вещей, но он в то же время предполагает и стремление «к освобождению человека от гнета вещей, от унижения быть оцениваемым лишь посредством вещей, а не в соответствии с личными качествами»¹⁰. Как отмечают Маркс и Энгельс, «человек не теряет самого себя в своем предмете лишь в том случае, если этот предмет становится для него человеческим предметом, или опредмеченным человеком»¹¹. В таком случае отчуждение вещи снимается, и человек перестает быть объектом в этих отношениях.

Вопросам одежды в контексте переустройства быта придавалось большое значение. Идеологи строя активно осуждали стремление к обилию вещей: борьба, а не потребление, – в этом состоял один из лозунгов социализма периода его становления, поэтому идеологию 1920-х гг. называют «идеологией бытового аскетизма». За отношением к вещам стояло отно-

⁷ В основе этого утверждения лежит идея американского антрополога Бенедикта Андерсона об использовании символических средств, которыми являются одежда, стили или мода, в конструировании нации как «воображаемого сообщества». См.: Андерсон Б. Воображаемые сообщества. М.: Канон-пресс-Ц, 2001.

⁸ О политическом значении переустройства быта см.: Чуйкина С. «Быт неотделим от политики»: официальные и неофициальные нормы половой морали в советском обществе 1930–1980-х годов // В поисках сексуальности / Под ред. Е. Здравомысловой, А. Темкиной. СПб.: Дмитрий Буланин, 2002. С. 99–128.

⁹ Маркс К., Энгельс Ф. Из ранних произведений. М.: Гос. изд-во полит. лит. 1956. 689 с.

¹⁰ Жилина Л. Н., Фролова Н. Т. Проблемы потребления и воспитание личности. М.: Мысль, 1969. С. 40.

¹¹ Маркс К., Энгельс Ф. Цит. соч. С. 593.

шение революционера ко всему реакционному прошлому, ко всем ценностям ненавистного старого мира, в котором обилие вещей и высокий уровень потребления был уделом эксплуататорских классов, символизировал их идеологию и психологию¹².

Свой вклад в дискуссию об устройстве быта вносили и деятели искусства – художники, писатели, конструкторы одежды, которые стали проводниками идеи «жизнестроения» (переустройства жизни с учетом трансформации материальной среды). Художники и конструкторы, как рядовые, так и занимающие высшие должности, являясь субъектами дискурса, говорили о «рационализации» быта и одежды. Так, например, большевистская концепция красоты, противостоящая мещанской «псевдороскоши», воплощена в известной фразе В. Маяковского: «*Элегантность – это 100 % полезность, удобство вещей и простор жилища*».

Революционный дискурс связан с критикой дореволюционного отношения к вещам. Поясним: в дискурсе создается представление о том, что вещи должны соответствовать революционным интересам и не быть «вещами ради вещей». Категория «вещь» имеет негативную коннотацию, в особенности если речь идет о вещи-для-себя, а не для революционной трансформации: если уют создается ради уюта, это расценивается как мещанство и буржуазность¹³.

Революционное отношение к вещам предполагает критику эффекта показного богатства, демонстративного потребления, фальшивой красоты или дифференцирующей функции вещей: «*Были ли вы в Большом театре? В первых рядах обыкновенно сидят накрашенные дамы в разных мехах. Шеншеля, голубые песцы и прочие дорогие меха. Это соревнование мехами, украшениями исстари ведется. Показ богатств, наживы! Раньше людей так и расценивали*»¹⁴. В цитате высказывается критическое суждение относительно свойственной дореволюционному обществу функции вещей выступать символом статуса. В контексте идеологии нового общества вещи не должны дифференцировать людей. Вещи должны согревать, защищать от холода, а не демонстрировать богатство в государстве, где «все равны». «Революция смела привилегии шеншелей и орденов»¹⁵, поэтому соревновательность и «украшательство» подвергаются критике.

До революции представление о том, какой должна быть одежда и куда ее следует носить, формировалось журналами мод, которые были предназначены для представителей городских сословий – мещан и дворянства; в

¹² Жилина Л. Н., Фролова Н. Т. Цит. соч. С. 41.

¹³ Бойм С. Общие места. Мифология повседневной жизни. М.: Новое лит. обозрение, 2002. 320 с.

¹⁴ Лин И. В чем красота? // Работница. 1926. № 27. С. 15.

¹⁵ Там же.

крестьянской среде бытовыми практиками в большей степени управляли традиции. Пришедшая новая власть пересматривала каждую частицу повседневной жизни и материального мира царского режима в соответствии с марксистской доктриной устройства жизни. Согласно этой доктрине, вещи должны быть доступны и «понятны» каждому человеку: *«Наша “мода” должна быть простая, удобная, легко выполняемая, недорогая, доступная работнице по ее зарплате и прежде всего должна отвечать требованию одежды вообще, т. е. должна защищать человека от холода, пыли, грязи и т. п., сохранив изящество»*¹⁶.

Приведенная цитата демонстрирует актуальное противопоставление, через которое выстраивается идеология и дискурс о вещах, одежде и моде в течение первого революционного десятилетия: это противопоставление между советским стилем жизни и стилем жизни дореволюционного буржуазного общества, формирование оппозиций между советским и мелкобуржуазным, дореволюционным и революционным, советским и мещанским.

В цитате также присутствует указание на отношение к моде – эта категория употребляется в кавычках: «мода». В 1923 г. модниц называют «негодницами»: *«Эх, модницы-негодницы, вы сели на ежа: // Плюют на вас работницы с седьмого этажа»*¹⁷. В соответствии с идеологической схемой практика следования «моде» не должна входить в стиль жизни женщины-работницы. Саркастический тон высказывания и высокомерное отношение работниц к модницам, противопоставление работниц и модниц иллюстрируют негативное отношение к моде в официальной культуре 1920-х гг.

Рациональное отношение к моде выражается также в экспериментах конструкторов одежды А. Экстер, Л. Поповой, В. Степановой по производству нового советского костюма. «Эстетическая трансформация жизни» – вот та цель, которую преследовали дизайнеры материальной среды, конструктивисты¹⁸. В дизайне тканей следовало использовать революционную символику – серпы и молоты, тракторы, винты и шурупы, аэропланы, пионеров, спорт. Картинки, хоть и сомнительного качества, но легко опознаваемые, пропагандировали новый режим, и это называлось «агит-текстилем». За счет таких приемов достигалась цель не только воспитания вкуса и приверженности идеям революции, но и символического присвоения материальной среды новой властью.

¹⁶ Об одежде... // Работница. 1924. № 3. С. 30–31.

¹⁷ Степ. К-на // Работница. 1923. № 12. С. 36–37.

¹⁸ О конструктивизме и моделировании одежды в 1920-е гг. см.: Exter A. On the structure of dress // Revolutionary costume. Soviet clothing and textiles of the 1920s. N. Y.: Rizzoli Publications. P. 171; Stepanova V. Today's fashion is the worker's overall // Revolutionary costume. Soviet clothing and textiles of the 1920s. N. Y.: Rizzoli Publications. P. 173–174.

Идеей рационализации «пропитывается» не только мода, но и красота¹⁹. Мода и красота сводятся к рациональности, в ином случае они расцениваются как «обман», «короста» на вещах или теле. В статье «Юные работницы строят новый быт» отмечается, что девушек-работниц особо интересует вопрос о том, «можно ли пудриться и мазаться»? Постановили: «Не пудриться и не мазаться. Лицо портится и нехорошо. Как будто обман какой»²⁰. Предполагается, что «при повышении культурного уровня женщины вся эта косметика сама по себе ликвидируется»²¹. Критическое отношение к красоте тела и внешности, которое прослеживается в приведенных цитатах, является эхом советских идеологических лозунгов первых лет, когда стремление к телесной красоте рассматривалось в большей степени как буржуазное, несветское явление, потому что представляло собой приукрашивание действительности и устанавливало приоритет видимости над сущностью: «Мы, коммунисты и комсомольцы, стоим за красоту, за красивое тело, за изящную человеческую фигуру. За естественную красоту, а не подмалеванную»²². В контексте концепции красоты 1920-х гг. основным императивом выступали категории «естественность», «неподмалеванность», «здоровье» и «гигиена».

Важное значение в контексте идеи рационализации имело представление об актуальности вопросов гигиены и искоренения бытовой грязи, «бытового бескультурья». Период первых послереволюционных лет характеризуется проблематизацией в массовом дискурсе «бытового бескультурья» и «культурной неграмотности», что находит отражение и в контексте концепции революционной доктрины вкуса. Представление о гигиеничности тесно вплетено в концепцию уюта и моды²³.

Итак, в массовом дискурсе вопросам одежды и устройства быта придавалось большое значение, причем они находились под влиянием идей рационализации и гигиены. Свой вклад в дискуссию об устройстве быта вносили деятели искусства с их идеей «жизнестроения» с помощью трансформации материальной среды. Поскольку согласно взятой большевиками на вооружение марксистской идее бытовые условия и материаль-

¹⁹ Подробно о концепциях красоты в Советской России см.: Градскова Ю. «Обычная советская женщина»: Обзор описаний идентичности. М., 1999; Дашкова Т. Визуальная репрезентация женского тела в советской массовой культуре 30-х годов // Логос. 1999. № 11–12.

²⁰ Юные работницы строят новый быт // Работница. 1924. № 2. С. 13.

²¹ Ильина М. В чем красота? // Там же. 1927. № 37. С. 15–16.

²² Лин И. Цит. соч.

²³ О социальной гигиене в 1920-е гг. см.: Гурова О. «В здоровом теле – здоровый дух». История гигиены в Советской России 1920-х годов // Социологические исследования современного общества: методология, теория, методы: Вестн. Харьк. нац. ун-та им. В. Н. Каразина. 2003. № 577. С. 120–125.

ный мир определяют сознание человека, реформа быта имела важное политическое значение.

Идеология «культурности» и легитимация потребления: 1930–1950-е гг.

С середины 1930-х гг. наблюдалась тенденция, связанная с изменением отношения к моде, уюту и другим «мелкобуржуазным явлениям» в культуре. Такие перемены социологи и историки связывают с так называемым «Великим отступлением», под которым они подразумевают смену идеологической ориентации с новаторских большевистских экспериментов трансформации социальной и культурной жизни на консервативные идеалы сталинской эпохи²⁴. Под обращением к консервативным идеалам в этом случае понимается переоценка властью свойственного большевистской идеологии первых послереволюционных лет «антипотребительского» подхода к материальным благам, одежде и моде и переход от эстетического пуританизма, характерного для революционных лет, к толерантности по отношению к «буржуазной жизни» с ее шиком, роскошью, уютом и удовольствиями²⁵.

Социологическое обоснование этого поворота предлагает историк В. Данэм²⁶. Исследовательница говорит о так называемой «Большой сделке», суть которой состоит в том, что в сталинские времена, даже в самые худшие, легитимность режима поддерживалась не только при помощи террора. Основой для поддержания режима был также негласный договор, участником которого наряду с правящей партией был средний класс²⁷. По версии Данэм, в обмен на свою поддержку государственной политики и видимости согласия ему требовалась материально устроенная жизнь с ее потребительскими благами, предметами роскоши и досугом²⁸. Поэтому советская культура 1930-х отбрасывает авангардные эксперименты и экспериментальные идеи переделки человека заменяются обращением к моделям, которые имитируют ценности середины XIX в., присущие российскому образованному классу того времени²⁹.

²⁴ Timasheff N. *The Great Retreat: the growth and decline of communism in Russia*. N. Y.: Dutton & Co, 1946.

²⁵ Fitzpatrick Sh. *Everyday Stalinism. Ordinary Life in Extraordinary Times: Soviet Russia in the 1930s*. N. Y.; Oxford: Oxford UP, 1999. 288 p.

²⁶ Dunham V. In *Stalin's Time. Middleclass values in Soviet fiction*. Cambridge: Cambridge UP, 1979.

²⁷ О «среднем классе» с точки зрения стиля жизни в Советской России см.: Туровская М. Советский средний класс // *Неприкосновенный запас*. 2002. № 1 (21).

²⁸ Dunham V. *Op. cit.* P. 13–14, 17.

²⁹ Gronow J. *The sociology of taste*. L., N. Y.: Routledge, 1997; Timasheff N. *Op. cit.*; Волков В. Концепция культурности... // *Социол. журн*. 1996. № 1–2. С. 194–214.

Дискурсивным маркером, или доминирующей идеологемой «консервативного поворота», принято считать обращение И. Сталина 1935 г., в котором отмечалось: «...некоторые думают, что социализм можно укрепить путем некоторого материального поравнения людей на базе бедняцкой жизни. Это не верно. Это мелкобуржуазное представление о социализме. На самом деле социализм может победить только на базе высокой производительности труда, более высокой, чем при капитализме, на базе изобилия продуктов и всякого рода предметов потребления, на базе зажиточной и культурной жизни всех членов общества»³⁰. В приведенной реплике Сталина артикулированы три важные категории, структурирующие весь советский дискурс рассматриваемого периода, первая из которых «поравнение», вторая – «изобилие», а третья – «культурная жизнь». Именно в провозглашении ориентации на всеобщую зажиточную, культурную и веселую жизнь исследователи видят важный структурный и ценностный «поворот» в культуре. Смена ценностных ориентиров происходила в контексте идеологии «культурности», именно понятие «культурности» стало одним из основных императивов массовой культуры во второй половине 1930-х гг.

В дискурсе второй половины 1930-х гг. актуализируется обсуждение вопросов потребления. В результате ценностной трансформации вещи получают легитимированное право появляться в повседневной жизни советского человека и, более того, становятся предметом его потребительского поклонения. В культуре формируется позитивно окрашенный дискурс вещей как предметов потребления, доступных советскому человеку. Рядом с категорией «советский человек» нередко встречается категория «потребитель», в дискурсе возникает представление об ориентации на потребителя: в ходу выражения «будет пользоваться успехом у потребителя»³¹ или «согласно требованиям потребителя»³².

Из дискурса постепенно исчезают связанные с потреблением отрицательные значения, присущие первому послереволюционному десятилетию. В связи с изменением отношения к потреблению пресса с начала 1930-х гг., по словам историков, представляет собой источник «потребительской порнографии»³³. Появляются статьи о демонстрациях одежды, выставках тканей, качестве представленных к продаже предметов быта. Тексты сообщают о магазинах, которые «завалены» потребительскими товарами, о

³⁰ Речь товарища Сталина на Первом всесоюзном совещании стахановцев // Работница. 1935. № 20. С. 3–4.

³¹ А. Аш-на. Цит. соч. С. 13.

³² Семенова Е. // Работница. 1950. № 9. С. 27.

³³ Категория принадлежит историку Ш. Фитцпатрик: Fitzpatrick Sh. Op. cit. P. 90.

доступных образцах тканей, «способных удовлетворить самые взыскательные вкусы»³⁴.

«Потребительская порнография» выражается в том, что вещи-товары выставляют себя «напоказ» и тем самым конструируют потребителя-фетишиста, и существует в основном только как тема журнально-газетного дискурса. Вопрос, которым задается автор статьи: «Скоро ли эти ткани будут в продаже во всех наших магазинах?» – актуален, поскольку в повседневной жизни наблюдается дефицит³⁵. Наблюдения исследователей подтверждают, что «обычные» люди не имеют свободного доступа к товарам. Эта роскошь доступна лишь представителям элиты через специальные каналы «закрытого распределения» или отличникам и передовикам советского производства³⁶. Ассортимент советских магазинов в течение длительного периода остается относительно ограниченным и однообразным³⁷. Люди испытывают затруднения с покупкой вещей, именно в это время появляется понятие «дефицит» и эвфемизм «достать» вместо «купить». Несмотря на трудности идея советского человека-потребителя занимала прочное место в массовом дискурсе 1930-х гг.

В контексте идеологии культурности происходит *реабилитация уюта*, который занимает прочное место среди ценностей советского среднего класса: «*радости домашнего очага вновь ожили и стали отголоском дореволюционного буржуазного быта*»³⁸. Происходит реабилитация материальных объектов и одновременно подчеркивается необходимость переосмыслить приписанные им значения. Мещанство, которое к этому времени уже было ликвидировано как класс, теперь воссоздавалось во «вторичной» мещанской культуре сталинского периода³⁹.

Виктор Букли в своей книге «Археология социализма» приводит пример того, как изменяется отношение к софе в соответствии с марксистской доктриной о том, что бытие определяет сознание. Важность приобретает не сам объект, а его интерпретация. Так, например, софа больше не представляет собой мещанскую ценность. Ее значение определяется контекстом ее использования: если советский рабочий использует софу для сна,

³⁴ А. Аш-на. Цит. соч. С. 13.

³⁵ Осокина Е. За фасадом «сталинского изобилия»: распределение и рынок в снабжении населения в годы индустриализации, 1927–1941. М.: РОССПЭН, 1997.

³⁶ О стахановцах и общественниках см. подробнее: Волков В. Концепция культурности, 1935–1938 гг.: советская цивилизация и повседневность сталинского времени // Социол. журн. 1996. № 1–2. С. 194–214.

³⁷ Fitzpatrick Sh. Op. cit.; Осокина Е. За фасадом «сталинского изобилия»: распределение и рынок в снабжении населения в годы индустриализации, 1927–1941. М.: РОССПЭН, 1997.

³⁸ Buchli V. An archeology of socialism. Oxford, N.Y.: Berg., 2000. 228 p.

³⁹ Бойм С. Цит. соч. С. 18.

это не делает его мещанином. Такой сдвиг, по мнению Букли, обозначал переход от ленинской денотативной модели понимания вещей к сталинской контекстуальной модели. Этот переход был обусловлен тем, что в первом случае легко манипулировать приписанными вещам значениями. Фокус на денотативных атрибутах – стиле платья, эстетике мебели – и сделанные на их основе суждения об отличии пролетарского и мелкобуржуазного отношения к вещам, свойственные первым послереволюционным десятилетиям, были скороспелыми. Новый подход позволил оправдать складывающиеся в дальнейшие периоды интерпретации растущей массы вещей. Мелкобуржуазность состоит не в том, каким количеством вещей обладает человек и что это за вещи, мелкобуржуазность заключается в отношении к вещам: в уюте ради уюта, жизни ради вещей. Таким образом, происходит легитимация присутствия вещей в быту советского человека⁴⁰.

Изменение отношения к вещам также прослеживается в изменении *отношения к моде*. Если тексты 1920-х гг. наполнены критикой моды, то во второй половине 1930-х гг. идеологические схемы изменяются. Внимание власти к внешнему образу советского человека и прежде всего советской женщины подтверждает открытие в крупных городах Домов моделей. Основная задача Домов моделей видится в том, чтобы *«взяться за разрешение сложной проблемы – стиля советского костюма. <...> Наша задача состоит в том, чтобы создать платье удобное и красивое»*⁴¹. В контексте рассматриваемых вопросов важен сам факт открытия Дома моделей как организации, отвечающей за определение внешнего облика советского человека. Одним из вариантов внимания власти к внешнему облику в советской культуре служит тезис о том, что одежду и внешний вид можно рассматривать как символические ресурсы этой политики.

К участию в создании стиля советского костюма приглашаются как профессионалы, так и обычные люди. С социологической точки зрения таким образом подчеркивается взаимодействие социальных структур и агентов, а также возможность человека оказывать влияние на социальные структуры. С точки зрения культуролога, так подчиненные агенты получают возможность опосредованно участвовать в создании идеологии. *«Теперь, когда в нашей стране “жить стало лучше, жить стало веселее”, когда выросли материальные возможности и повысились культурные запросы, женщины и девушки нашей страны должны завязать крепкую дружбу с художниками, помогать им своими советами, вникать в их работу, чтобы, приблизив искусство к жизни, найти настоящий советский*

⁴⁰ Buehli V. Op. cit. P. 56–57.

⁴¹ Якуб Э. О новом советском костюме // Работница. 1936. № 1. С. 18–19.

*стиль одежды»*⁴². Привлечение людей к созданию стиля одежды также важно в контексте попыток исследования вкусов потребителей. Однако эти попытки мало востребованы на крупном негибком производстве⁴³.

Изменение отношения к моде наблюдается со стороны и власти, и людей. В тексте 1937 г. приводится следующий отрывок из письма девушек-колхозниц: *«Запросы к красивой одежде растут. Я одеваюсь теперь просто, но, по-моему, красиво»*. *«Мы можем красиво одеваться еще и потому, что у нас есть вкус и мы следим за модами»*⁴⁴. Цитата показывает актуальность таких императивов, как «красота», «вкус», «простота», «мода» в выборе одежды. Поскольку авторы письма – сельские девушки, можно предположить, что перечисленные императивы должны быть важны не только в городской, но и в деревенской культуре.

Таким образом, в 1930-е гг. в дискурсе активизируется обсуждение вопросов потребления. Наблюдается переоценка революционных ценностей и обращение к «мещанским» идеалам – уюту, красоте, комфорту. В данный период происходит переоценка «антипотребительского» подхода к материальным благам, переход от эстетического пуританизма, характерного для прошлых лет, к толерантности по отношению к «буржуазной жизни» с ее шиком, роскошью и удовольствиями.

Идеология «советского вкуса»: 1950–1960-е гг.

Изменение идеологии во второй половине XX в. связано с политическими и социальными трансформациями – окончанием войны, восстановлением экономики и производства от послевоенной разрухи; не менее важным для данного исследования является факт проникновения в советский контекст западной потребительской культуры. Период 1950–1960-х гг. характеризуется распространением образцов и ценностей западной культуры среди советских граждан. «Поворот к Западу» связывается с периодом «оттепели» и XX съездом КПСС, прошедшим в 1956 г. Этот период наполнен открытыми культурными контактами с западной цивилизацией, примером тому могут служить народный фестиваль молодежи и студентов, Международный конгресс моды, Московский кинофестиваль 1961 г. и другие международные мероприятия. Контакты открывают дорогу межнациональному культурному и товарному обмену, который осуществляется не только на уровне государства, но и в повседневной жизни каждого человека.

⁴² Якуб Э. О новом советском костюме // Работница. 1936. № 1. С. 18–19.

⁴³ О неповоротливости гигантов текстильной промышленности см.: Демиденко Ю. Краткий курс истории белья советского союза // Память тела. Нижнее белье советской эпохи: Каталог выставки. М., 2000. С. 20–37.

⁴⁴ Работница. 1937. № 5. С. 19.

В массовой прессе возникает девиз «все во имя человека, все для блага человека»⁴⁵, который можно назвать дискурсивным маркером или доминирующей идеологией нового периода в социальной и культурной истории, периода новых ценностей и новых жизненных ориентиров. Таким образом, если в 1930-е гг. за культурный образец принимается стиль жизни дореволюционного образованного класса, то послевоенные годы характеризуются стремлением имитировать западный стиль жизни и манеры потребления. Потребителем западного стиля жизни является советский средний класс, а в качестве ориентира для копирования выступает преуспевающий средний класс послевоенной Америки и развитых стран западной Европы. С воспроизводством этого образца связана массовая культура первых послевоенных десятилетий.

Что же это за образец? Это прежде всего идеал материально обеспеченной жизни западного среднего класса, в центре которого находится так называемая «пригородная мечта» – частный дом в ближайшем пригороде. В СССР соответственно преобладает стремление людей обзавестись отдельной квартирой. Появление собственного дома связывается с новым идеалом семьи, актуализацией «семейных ценностей», изменением идеального образа женщины (от эмансипэ, работающей матери к работающей домохозяйке). Человек обзаводится личным пространством, легитимируется его желание обзаводиться личными вещами, сфера его повседневных забот очерчивается кругом его семьи и ближайших родственников, живущих в общем пространстве квартиры.

Эти изменения произошли благодаря тому, что вещи становились все более доступными. Стремление иметь вещи уже не могло однозначно рассматриваться как негативное. Наоборот, странно бы выглядел человек, живущий в пустой квартире и считающий ненужным обзаводиться вещами, облегчающими быт и условия жизни⁴⁶.

Доминирующей концепцией, которая определяла отношение к вещам в 1960-е гг., была концепция советского вкуса⁴⁷. *«Вкус – вот что нужно сегодня»*⁴⁸. *«Воспитание вкуса – одна из важных форм борьбы за становление советской социалистической культуры, за культурный рост всех советских людей»*⁴⁹. Актуализация концепции вкуса имеет двоякую функ-

⁴⁵ Голыбина А. Вкус и мода. М., 1974. С. 3–4.

⁴⁶ Жилина Л. Н., Фролова Н. Т. Цит. соч. С. 42.

⁴⁷ Об актуализации понятия «вкус» в дискурсе 1960-х гг. см.: Гурова О. Идеология тела в советской культуре середины XX в. // Репрезентации телесности: Сб. науч. статей / Под ред. Г. Зверевой. М.: Изд-во РГГУ, 2003. С. 181–193; Она же. «Простота и чувство меры»: нижнее белье и идеология моды в Советской России в 1950–60-е гг. // Гендер. исслед. № 10. 2004. С. 154–165.

⁴⁸ Мерцалова М. Что чересчур, то плохо // Работница. № 11. 1964. С. 30.

⁴⁹ Жуков Н. Воспитание вкуса. Заметки художника // Новый мир. 1954. № 10.

цию. С одной стороны, категория вкуса свидетельствует об индивидуализации выбора вещей, так как вкус, например в одежде, заключается в умении оценить себя, разобраться с особенностями собственной внешности, предполагает развитие рефлексии человека по отношению к собственной внешности. С другой стороны, вкус играет важную роль в регулировании поведения, связанного с выбором вещей, в пользу чего также свидетельствует активная дискуссия о «воспитании вкуса» в советских СМИ. Вкус, таким образом, носит регулирующую функцию в рационализации «иррационального потребительского поведения» человека ⁵⁰.

Вкус формирует общее символическое поле, является механизмом конструирования группы, границы которой в данном случае расширены до границ нации, потому как вещи должны соответствовать *социалистической* культуре, а одежда, внешний вид должны вписываться в представления о *советском* человеке, гражданине *советского* государства.

Вопрос о признаках хорошего вкуса возникает на страницах газет и журналов: «Что же является признаками хорошего вкуса?». Хороший вкус представляет собой сочетание *простоты, целесообразности и чувства меры* ⁵¹. «*Что чересчур – то плохо*», – гласит народная мудрость ⁵². «*Простота и целесообразность – вот основной принцип советских художников-модельеров в разработке современной одежды*» ⁵³.

Необходимость внедрения идеи вкуса могла быть обусловлена проникновением образцов западной культуры, идеологическим соревнованием с «буржуазными» странами, распространением потребительских ориентаций в повседневной жизни ⁵⁴. Если обратиться к дискурсу о моде, одежде, бытовой среде, то на всем протяжении советского периода можно обнаружить, что этот дискурс выстраивается через противопоставление с «буржуазной модой» капиталистических стран. Особенного внимания заслуживали ситуации, когда зарубежные моды выходили на улицы советских городов. В массовом дискурсе 1950–1960-х гг. борьба за вкус советской молодежи вылилась в кампанию против представителей неомолодежной культуры – стилияг.

⁵⁰ Buchli V. Op. cit. P. 139.

⁵¹ Подробное обсуждение моды 1960-х гг. и ее дискурсивных императивов см.: Vainshtein O. Female fashion, soviet style: bodies of ideology // Russia. Women. Culture / Goscilo H., Holmgren B. (eds.) Indiana UP, 1996. P. 64–94; Гурова О. «Простота и чувство меры»: нижнее белье и идеология моды в Советской России в 1950–60-е гг. // Гендер. исслед. № 10. 2004. С. 154–165.

⁵² Мерцалова М. Что чересчур, то плохо // Работница. № 11. 1964. С. 30.

⁵³ Кантор В. И. Культура в быту. М.: Профтехиздат, 1963. С. 26.

⁵⁴ См. об этом: Гурова О. Отношение к вещам в советском и постсоветском обществе. Был ли Homo consumens в СССР? // Люди и вещи в советской культуре: Сб. статей. Новосибирск, 2005. С. 22–34.

Известный советский писатель Л. Кассиль в 1958 г. писал: «Чем, например, смешны наши пресловутые “стиляги” и так называемые “фифы”? Беда ведь не в том, что они изо всех сил тщатся следовать за последними капризами заграничной моды, при этом, конечно, всегда почти опаздывая примерно годика на два, и выглядят, так сказать, парижскими франтами позапрошлого года... Дело не в длине пиджака, чрезмерной узости брючек или юбок или, наоборот, в необозримой широте клешей! Бог с ними... Дело не в фасонах. Но беда в том, что эдакий хлыщ или подобная модница стараются выглядеть иностранцами на нашей улице. Они и особую манеру речи себе присваивают с каким-то импортным шиком, который переняли с экрана, где шла заграничная, не дублированная на русский язык кинокартина. И походку-то они себе вырабатывают какую-то разухабисто-расслабленную: дескать, обошли они чуть ли не весь мир на своих рубчатых подошвах, все на свете видели, все им наскучило, вот и притомились... Хороший вкус – верный, правдивый вкус. Он призывает всякого быть самим собой, оставаться истинными и на словах и на деле»⁵⁵.

Однако не каждый мог воспользоваться такой возможностью: стилиги объявляются «вне морали» и «вытесняются с улиц» в результате кампании по борьбе с внешними отличиями. Борьба состоит в сформированном в общественном мнении принципе: считается, что выделяться через внешние проявления – одежду, украшения – вульгарно, поверхностно и пошло. В тенденциозной книге А. Голыбиной «Искусство красиво одеваться», которая, однако, метко обозначает положение стилига в советской культуре, высказывается свойственная времени позиция по отношению к стильной молодежи: «...К созданию нелепой, окарикатуренной одежды – невольно приходят некоторые советские молодые люди, когда слепо, некритически следуют “последним достижениям” моды капиталистических стран. Вместо того чтобы со вкусом, благородно и красиво одеваться, как рекомендуют советские журналы мод, издаваемые лучшими Домами моделей в СССР, они копируют зарубежные костюмы, зачастую еще и утрачивая их»⁵⁶.

В контексте критики имитации западных моделей потребления утверждается представление о советской красоте вещей: «Демократизм нашей общественной жизни, нашего общественного быта не оставляет места безвкусной роскоши, пустому украшательству, то есть стремлению во что бы то ни стало придать предметам и всей обстановке вид “богатства”. Наше общество полностью отвергает такое понимание “красоты”, родившееся в эпоху развития капиталистических отношений, когда под словом “красивое” подразумевали “дорогое”. В наши дни необходимо четко отличать подлинную красоту от внешней “красивости” и бороться

⁵⁵ Кассиль Л. Девушка со вкусом // Работница. № 3. 1958. С. 25–26.

⁵⁶ Голыбина А. Цит. соч. С. 242–243.

ся с мещанским преклонением перед дорогими вещами, нередко лишеными настоящей красоты»⁵⁷.

Таким образом, в официальном дискурсе 1950–1960-х гг. выстраивалась концепция советского вкуса, которая создавалась в контексте идеологического соревнования с США и образцами западной культуры, а также с пережитками предшествующих периодов – «вторичного мещанства» сталинского периода. Эти черты повседневной жизни 1950–1960-х гг. были предпосылками кампании по «развеществлению» позднесоветского периода.

Идеология «развеществления», 1970-е гг.

Согласно мнению историков, в период с конца 1960-х по 1970-е гг., в период правления Леонида Брежнева, государство заключило со средним классом так называемую «маленькую сделку». «Маленькой» сделка была названа в противопоставление «большой сделке», под которой В. Данэм понимала соглашение между властью и средним классом в 1930-е гг. (В соответствии с «большой сделкой» средний класс обеспечивал негласную поддержку режиму, а власть гарантировала материально обеспеченную жизнь⁵⁸.) В 1970-е гг. суть соглашения состояла в том, чтобы сохранять стабильность и устойчивость режима за счет поддержки среднего класса и номенклатуры. Сделка заключалась в негласных «договоренностях» по поводу дифференциации заработной платы, легитимации элиты и слепоте по отношению к теневой экономике и неформальным экономическим практикам⁵⁹.

В контексте данной сделки и стабилизации жизни существовали двойные стандарты по отношению к вещам. С одной стороны, в официальном дискурсе функционировала идея «развеществления». Согласно этой идее, в социалистическом обществе человек должен освободиться от товарного фетишизма и привязанности к вещам как к материальным объектам, товару. С другой стороны, в речи на XXV съезде партии Л. Брежнев констатировал рост потребительских товаров и соответствующий рост идеологического, этического и культурного сознания людей. Это заявление стало свидетельством легитимации вещей, поскольку снимало с них негативные коннотации и перекладывало ответственность за их использование на сознательность человека.

Внимание было перенесено на *отношение* человека к вещам: человек не должен был быть подвержен погоне за вещами, накопительству. По сути, речь шла о создании социалистического постматериалистического мира, в котором существовало бы большое количество вещей, но они не являлись бы значимыми для человека, не становились предметом обожа-

⁵⁷ Кантор В. И. Культура в быту. М.: Профтехиздат, 1963. С. 15.

⁵⁸ Dunham V. S. Op. cit.

⁵⁹ Millar J. The Little Deal: Brezhnev's Contribution to Acquisition socialism // Slavic Review. № 44. 1985. P. 694–706; Buchli V. Op. cit. P. 147.

ния, а выполняли лишь свою непосредственную функцию. Выражаясь языком семиотики, предполагалось, что значимость вещи тождественна значимости означающего – самого предмета, материальности.

Идеология развещствления нашла отражение в девизе «ничего лишнего», который распространился еще в период 1960-х гг. Актуальность этой идеи была обусловлена двусторонним процессом: с одной стороны, несмотря на товарный дефицит, в этот период наблюдался рост материалистических установок⁶⁰, который мог привести и приводил к новому витку развития мещанства и потребительства. В связи с этой опасностью возникла необходимость внедрения идеи о том, что вещи должны исчезнуть из социальных отношений, – именно это и подразумевает развещствление.

Однако идеология развещствления плавно «сходила на нет» уже в конце 1970-х гг., поскольку, вступая в противоречие с огромным спросом на товары с Запада, потеряла какую-либо силу. С конца 1970-х, а также в 1980-е гг. официальный дискурс начинает оперировать современными категориями «культура потребления» и «потребительство»; к середине 1980-х гг. происходит радикальная переориентация: на смену социалистическим ценностям приходят ценности нового материализма постперестроечной России.

Заключение

В статье обсуждался вопрос роли идеологического контекста в истории вещей в советской культуре. Идеология определялась как система концепций, идей, мифов и образов, с помощью которых люди понимают, оценивают, переживают сложившееся у них представление о реальных условиях существования. Такой подход к идеологии позволил исследовать структурный контекст повседневной жизни людей и контекст их взаимодействия с вещами. На основании анализа идеологии было выделено четыре основных этапа. В 1917–1920-е гг. доминировала идеология бытового аскетизма и революционные идеи переустройства быта в соответствии с идеями рационализма. В 1930-е гг. на первый план вышла идея культурности, культуры быта, в контексте которой были реабилитированы понятия уюта и потребления. В 1950–1960-х актуализировалось идеологическое противостояние со странами Запада, и особенную актуальность приобрела идея советского вкуса. Дискурс 1970-х гг. выстраивался вокруг идеи развещствления.

Таким образом, в статье показано, что идеология, регулирующая отношение человека к вещам, не была монолитной на всем протяжении советского периода, а подвергалась трансформации, сложной комбинации изменений политики, повседневной жизни и культурных контекстов.

⁶⁰ См.: Жилина Л. Н., Фролова Н. Т. Цит. соч.

**Отношение к вещам в советском обществе.
Был ли Homo consumens в СССР?**

О. Гурова

«Потребление – современный феномен, характерный для общества изобилия», – утверждает французский философ Ж. Бодрийяр, имея в виду западное общество 1960-х гг. Это общество вращается вокруг потребления, и потребление в нем не исчерпывается простым практическим применением вещей (которое имело место всегда и всюду) или их ролью быть знаками отличия, богатства, престижа. Потребление – это глубокий, интенсивный процесс выбора, организации и регулярного обновления бытовых вещей, в который включен каждый член общества⁶¹. Это определение позволяет понять отношение человека к вещам, свойственное обществу потребления. В таком обществе символическое использование вещей превалирует над практическим применением, обновление вещей происходит в соответствии с моральным, а не физическим устареванием предметов потребления, приобретение вещей под воздействием рекламных стратегий корпораций, а не «подлинных» потребностей человека и т. д.

Приведенные идеи изложены в книге «Система вещей», изданной в 1968 г. во Франции. Они имеют отношение к сфере потребления западных обществ, но мало что говорят о других обществах, например о Советской России. Какие процессы происходили в сфере потребления в России в 1960-е гг.? Можно ли назвать советского человека «потребителем» в том смысле, о котором писал Бодрийяр? Чем отличаются *Homo consumens* при социализме и капитализме и что общего между ними? Каким было отношение человека к вещам в советском обществе?

**Мещанство, потребительство, вещизм, материализм:
отношение к вещам в основных категориях**

Чтобы понять отношение к вещам в культуре, следует обратиться к тем категориям, которые его описывают, и обратить внимание на оценки, связанные с этими категориями. В советской культуре 1960-х гг., в обществе, о котором часто пишут как об обществе «недопотребления», популярность имеет идея критики вещизма и прочих практик, связанных с потреблением.

В словарях 1960-х гг. категория «потребление» определяется как «использование для удовлетворения потребностей, расходование на свои нужды»⁶². Первая особенность такой трактовки состоит в том, что потребление связывается с растрачиванием и разрушением, и, таким образом, имеет негативные коннотации. Эти коннотации также подкрепляются тем, что

⁶¹ Бодрийяр Ж. Система вещей. М.: Рудомино, 1999. С. 3.

⁶² Ожегов С. Словарь современного русского языка. М.: Сов. энцикл., 1970. С. 563.

потребление противопоставляется производству, которое в марксистской политэкономии считается конечной стадией обращения капитала. В западной социологии в этот период были сформулированы более широкие определения потребления, где с потреблением связаны уже более позитивные ассоциации и где оно рассматривается как активный процесс, связанный с конструированием идентичности и получением удовольствия⁶³.

Советский подход к пониманию потребления предполагает вторую особенность – трактовку потребления через понятие «потребности». В советском обществе, где «от каждого – по потребностям, каждому – по труду», потребление регламентируется исходя из потребностей. Потребности подразделяются на «необходимые» и «разумные». К первым относятся потребности, гарантирующие нормальное функционирование и воспроизводство человеческого организма. Понятие «разумных» потребностей размыто, оно относится к потребностям, удовлетворение которых *«признается целесообразным и естественным с точки зрения задач, связанных с функционированием человека как полноправного члена общества в целом или какой-либо группы, с процессом развития его личности»*⁶⁴.

Эти категории являются «объективными» конструктами: предполагается, что существуют «объективные», независимые от человека критерии необходимости и разумности потребностей, и экономисты рассчитывают их, исходя из уровня развития производства. Роль человека и его вкуса в формировании потребностей находится на периферии этой дискуссии.

Потребности также подразделяются на «материальные» и «духовные»: обычно эти категории рассматриваются как полярные. Вещи, включенные в сферу личного потребления, как правило, непосредственно соотносятся с материальными потребностями; при этом нередко подчеркивается приоритет духовных потребностей над материальными (занимающими в иерархии самое низкое место)⁶⁵.

Если отношение человека к вещам выходит за рамки «разумных» потребностей, такие практики описываются целым арсеналом категорий, среди них «вещизм», «накопительство», «искусственное потребление», «стяжательство» или «мещанство». Перечисленные категории не всегда встречаются в словарях данного периода, однако их можно зафиксировать в массовом дискурсе. Под «искусственным потреблением» понимается «внешне ориентированное потребление», которое спровоцировано внешними стимулами (например, рекламой), а не внутренними потребностями

⁶³ Например, Бодрийяр Ж. Цит. соч.; и др.

⁶⁴ Жилина Л. Н., Фролова Н. Т. Проблемы потребления и воспитание личности. М.: Мысль, 1969. С. 24.

⁶⁵ Жилина Л. Н., Фролова Н. Т. Цит. соч. С. 20.

ми⁶⁶. «Вещизм» и «накопительство» трактуются как чрезмерная привязанность человека к вещи. Эти категории носят негативную окраску, а сами практики осуждаются: *«Да, мы не спорим с нашими идеологическими противниками о том, что вещи в настоящее время играют важную роль в жизни советских людей. <...> Но социологическими данными мы опровергаем их тезис о том, что с ростом благосостояния обязательно должно произойти заражение советских людей “вещизмом”, психологией “накопительства”»*⁶⁷.

Перечисленные категории нельзя назвать широко распространенными, активно используемыми в повседневной речи. Также в лексиконе советских людей не приживаются категории «материалист», «материализм» и «материалистичность» в смысле привязанности человека к вещам. Эти понятия используются в сугубо философской интерпретации – как категории, описывающие философское течение и его сторонников, разделяющих идею о первичности материи над сознанием⁶⁸.

Едва ли не самой значимой категорией, которая структурирует советский дискурс о быте на всем протяжении советского периода, является категория «мещанство»⁶⁹. Слово «мещанин» было заимствовано из польского языка; в дореволюционной России так называли жителей городов, лиц, принадлежавших к мещанскому сословию (мелких торговцев, ремесленников, низших служащих и т. п.). В конце XIX в. распространилось и другое значение этого слова – обыватель, человек с ограниченными интересами, с узким кругозором⁷⁰. В какой-то момент эти значения слились в едином слове.

В разное время категория «мещанство» получала разные наполнения. Одна из наиболее устойчивых характеристик «мещанина» на протяжении советской истории – привязанность к вещам, которая раскрывается в стремлении накапливать вещи и заботиться о них. Обычно мещанство также трактуется как рабство перед вещами, преклонение перед ними,

⁶⁶ Жилина Л. Н., Фролова Н. Т. Цит. соч. С. 118.

⁶⁷ Там же. С. 63–64.

⁶⁸ Изначально, во времена Петра I, когда появилось это понятие, «материалистом» называли торговца пряностями и колониальными товарами (См.: Фасмер М. Этимологический словарь русского языка. М.: Прогресс, 1964. С. 581). Затем, в XX в., оно «срослось» с трактовкой из марксистской теории.

⁶⁹ См. исследование концепции мещанства в СССР в 1960-е гг. в: Vihavainen T. «Petty Bourgeois Elements» and «Philistinism». Marxist jargon and soviet realities // Советская власть – народная власть? Очерки истории народного восприятия советской власти в СССР / Под ред. Т. Вихавайнена. СПб.: Европ. дом, 2003. Р. 114–140; Также в: Бойм С. Общие места. Мифология повседневной жизни. М.: НЛЮ, 2002. 320 с.

⁷⁰ Черных П. Я. Историко-этимологический словарь современного русского языка. М.: Рус. яз., 1999. Т. 1. С. 529.

скупердяйство и т. д. Опасность мещанства в советском обществе видится не только в привязанности к вещам. Поскольку «бытие определяет сознание», мещанство связывается с опасными «узколичными» интересами, равнодушием к окружающим, стремлением к обогащению, корыстолюбием и беспринципностью, карьеризмом и эгоизмом⁷¹.

Культуролог С. Бойм пишет, что «в русской традиции на протяжении двух веков очень трудно отделить нейтральное, описательное определение мещанского сословия от ругательства»⁷². Категория была идеологически нагруженной и несла отрицательные коннотации: мещанство всегда противопоставлялось советскому образу жизни, даже тогда, когда в официальном дискурсе были легитимированы такие мещанские ценности как уют или красота. Социолог Б. Дубин говорит об этом феномене как о «своего рода борьбе за быт после его программного отрицания»⁷³.

Поразительно, что советский официальный дискурс с его критикой потребительства был в общих чертах созвучен теориям западных социологов, философов и культурологов – критиков общества потребления, чьи книги вышли в 1940–1960-е гг.⁷⁴ И те и другие писали и предупреждали об опасностях потребительского отношения к вещам, приоритета материальных ценностей и материальных интересов⁷⁵. Несмотря на разницу в социальных контекстах и идеологии, описываемые феномены воспринимались и интерпретировались схожим образом.

Нормативная модель отношения к вещам в социалистическом обществе

В советском обществе можно выделить по крайней мере две модели, описывающие отношение человека к вещам. Первую из них можно назвать нормативной моделью, она выстраивается на основе официально одобряемого отношения к вещам. Для второй модели характерно дистанцирование от нормативности и от «правильного» отношения к вещам⁷⁶.

⁷¹ Грушин Б., Чикин В. Лицо поколения. М.: Правда, 1961. С. 47–59.

⁷² Бойм С. Цит. соч. С. 92.

⁷³ Дубин Б. Быт, бытовщина, обыденщина. К исторической социологии повседневности в России. Сообщ. на семинаре в Рус.-фр. ц-ре соц. и гуманит. наук. М.: Апрель, 2001.

⁷⁴ Адорно Т., Хоркхаймер М. Диалектика просвещения: Философские фрагменты. М.; СПб.: Медиум: Ювента, 1997. 311 с.; Маркузе Г. Одномерный человек. Исследование идеологии развитого индустриального общества. М.: REFL-book, 1994. 368 с.

⁷⁵ Социология и идеология. М.: Наука, 1963. С. 209.

⁷⁶ Существуют различные практики отклонения от нормативного режима. В данном исследовании мы не будем останавливаться на них подробно, лишь вы-

В основе нормативного отношения к вещам лежит взятое из марксистской теории представление о том, что вещи отражают общественные отношения и общественное устройство. Вещи при социализме должны отражать социальное устройство и ценности социалистического общества. Что же это за ценности и как они отражаются в отношении к вещам?

Во-первых, советский человек не должен делать культа из вещей, он должен быть независимым от них. Независимость подразумевает способность отказаться от вещей во имя чего-то большего: *«Человек, который украшает свою жизнь вещами, пользуется ими, являясь их хозяином, а не рабом, но который ни на минуту не задумывается в решительный момент отказаться от них ради какого-то большого дела»*⁷⁷. Зависимость от вещей – одно из свидетельств отчуждения вещи, которое при социализме должно быть преодолено.

Во-вторых, человек не должен стремиться к накоплению вещей. Стремление к накопительству трактуется негативно: *«Чем ничтожнее твое бытие, чем меньше ты проявляешь свою жизнь, тем больше твое имущество, тем больше твоя отчужденная жизнь, тем больше ты накапливаешь отчужденной сущности»*⁷⁸. При социализме, если накопление присутствует, оно может быть оправдано необходимостью или целью «достижения разностороннего развития человека» и т. п.

В-третьих, вещи должны приобретаться исходя из разумных потребностей. Вещи – это предметы, созданные человеком для удовлетворения собственных потребностей⁷⁹. При господстве частной собственности формируются так называемые «ложные потребности», поскольку сама вещь (наряду с рекламой) стимулирует возникновение новых запросов, она требует других вещей вокруг себя⁸⁰. При социализме, как говорят Маркс и Энгельс, человек *«вправе иметь их лишь столько, сколько нужно для того, чтобы хотеть жить, и он вправе хотеть жить лишь для того, чтобы иметь (этот минимум)»*⁸¹.

В-четвертых, советский человек не должен оценивать другого человека по вещам. В свою очередь, вещам отказывается в праве отражать социальную дифференциацию. Критике подвергается присущая капиталистическому обществу роль вещей выступать символом успеха и престижа. Вещь в этом случае превращается в «угнетающую трудящегося силу», так как

делим некоторые типичные, часто встречающиеся черты, зафиксированные социологами.

⁷⁷ Жилина Л. Н., Фролова Н. Т. Цит. соч. С. 42.

⁷⁸ Маркс К., Энгельс Ф. Из ранних произведений. М.: Гос. изд-во полит. лит., 1956. С. 602.

⁷⁹ Кантор К. Красота и польза. М.: Искусство, 1967. С. 231.

⁸⁰ Там же. С. 599; Рецензия этого тезиса см.: Там же. С. 238–239.

⁸¹ Маркс К., Энгельс Ф. Цит. соч. С. 602.

она способствует обесцениванию личных качеств человека. В этом смысле человек становится заложником, или рабом вещей, которые скрывают его истинную сущность за собственной яркой оболочкой. Социализм стремится к освобождению вещи, здесь оценка человека посредством вещей трактуется как «унижение»: *«Социализм ... стремится и к освобождению человека от их гнета, от унижения быть оцениваемым лишь посредством вещей, а не в соответствии с личными качествами»*⁸².

В-пятых, должна отсутствовать зависимость не только от количества, но и от внешней формы вещей. Капитализму требуется, чтобы форма каждой вещи была не похожа на форму других вещей-товаров, они должны отличаться от других вещей и привлекать внимание. Это рождает безграничное разнообразие форм и придает ей особый характер – яркий, броский или крикливый, экстравагантный⁸³. Социализм стремится к тому, чтобы вещь отвечала потребности, и это отражается в форме вещи – в ее функциональности⁸⁴.

Выделенный ряд индикаторов нормативного отношения к вещи не является исчерпывающим, однако он позволяет увидеть рамку референций для повседневных практик советского человека.

Дистанцирование от нормативности

Отношение к вещам дифференцировано, как дифференцирована и сама сфера потребления: *«При социализме на современной стадии его развития отсутствует фактическое равенство в сфере потребления между разными людьми и группами населения, ибо члены социалистического общества получают определенные средства для личного потребления в зависимости от количества и качества труда»*⁸⁵.

Помимо дифференциации, связанной с социальными характеристиками индивидов, и разных моделей потребления, существует расхождение между нормативной моделью и повседневными практиками людей. Чтобы получить представление о том, каким образом расходились нормативные и повседневные модели, как эти расхождения интерпретировались в советском дискурсе, а также какие социальные характеристики определяли отношение человека к вещам, обратимся к вторичному анализу данных социологических обследований 1960-х гг.⁸⁶

⁸² Жилина Л. Н., Фролова Н. Т. Цит. соч. С. 40.

⁸³ Кантор К. Цит. соч. С. 238.

⁸⁴ Там же. С. 240.

⁸⁵ Жилина Л. Н., Фролова Н. Т. Цит. соч. С. 8.

⁸⁶ Выводы основываются на данных обследования, проведенного среди рабочих и служащих двух металлургических предприятий в Челябинске в 1969 г. Было обработано 1 446 анкет по четырем группам: 1) рабочие с доходом на члена семьи не выше 75 руб. в месяц – 628; 2) инженерно-технические работники (ИТР) с дохо-

Согласно нашей гипотезе, несмотря на официально декларируемое отношение к вещам, в советском обществе сохраняется достаточно высокий уровень привязанности человека к вещам. Эта гипотеза связана с тем, что, несмотря на идеологию развеществления, свойственную периоду конца 1960-х гг., общественное мнение постепенно уходит от установки на аскетизм. Советский человек 1960-х гг. не аскет, ему не чужды земные блага, он хочет быть хорошо одетым, иметь обставленную квартиру. Немалую часть своего времени он отдает сфере потребления, приобретения вещей – вещи играют все более важную роль в жизни советских людей.

Такую привязанность к вещам можно было бы связать с мещанством. Однако существуют различия между жизнью мещанина как обывателя, человека с узким кругозором, заикленного на накоплении и сохранении вещей, и моделью поведения советского человека 1960-х гг. В этот период на первый план выходит «потребительство», «стиляжничество», связанные в большей степени с желанием тратить, чем копить, что противоположно «классическому» мещанству⁸⁷.

1. Желание приобрести вещь. В 1960-е гг. аскетического пренебрежения к вещам не наблюдается: из 1 740 участников опроса в Челябинске только 17 человек оказались людьми, относящимися к вещам пренебрежительно; подавляющее же большинство, несмотря на идеологию развеществления и критику мещанства, считают вещи важным компонентом жизни человека⁸⁸.

Вещи становятся предметом мечтаний: о новых предметах быта мечтает подавляющее большинство – от 79,4 % человек среди учителей до 89,1 % среди низкооплачиваемых ИТР. Среди вещей, которые хотят приобрести респонденты, прослеживается иерархия: верхние три строчки занимают автомобиль, холодильник и мебель⁸⁹; нижнюю строчку.

дом не выше 75 руб. в месяц – 270; 3) рабочие с доходом выше 75 руб. в месяц – 246; 4) ИТР с доходом выше 75 руб. в месяц – 302. Кроме того, пятую группу обследованных составили учителя (данные о количестве отсутствуют). Выборка формировалась на основе следующих критериев: профессия, доход и образование (Данные о выборке см.: Жилина Л. Н., Фролова Н. Т. Цит. соч. С. 9). Вторичный анализ данных предполагает использование информации, полученной в исследовании. При этом результаты интерпретируются исходя из целей данного текста. В анализ включаются не только цифры и распределения, но и интерпретации результатов, полученных советскими социологами.

⁸⁷ Ильин В. Общество потребления. Теоретическая модель и российская реальность. (На правах рукописи).

⁸⁸ Жилина Л. Н., Фролова Н. Т. Цит. соч. С. 48.

⁸⁹ Эти исследования ограничены данными о предметах, но не содержат информацию об их особенностях – марках, производителе, стиле и т. д. В советской социологии потребления изучение моделей потребления основывалось на анализе наличия вещей, а не на более тонком анализе различий в самих вещах. См., напри-

Приоритет приобретения	Рабочие более низкой обеспеченности (менее 75 руб. на человека в месяц)	Инженеры более низкой группы обеспеченности	Рабочие более высокой обеспеченности (более 75 руб. на человека в месяц)	Инженеры более высокой группы обеспеченности	Учителя
1	Холодильник	Автомобиль	Автомобиль	Автомобиль	Мебель
2	Автомобиль	Мебель	Холодильник	Мебель	Автомобиль
3	Мебель	Холодильник	Мебель	Магнитофон	Холодильник
4	Телевизор	Телевизор	Телевизор	Пианино	Пианино
5	Пианино	Магнитофон	Пианино	Холодильник	Магнитофон
6	Магнитофон	Книги	Стиральная машина	Мотоцикл	Телевизор
7	Мотоцикл	Пианино	Мотоцикл	Книги	Книги
8	Стиральная машина	Стиральная машина	Книги	Новый автомобиль	Стиральная машина
9	Книги	Мотоцикл	Новый автомобиль	Стиральная машина	Спортивный инвентарь
10	Дача	Дача	Дача	Дача	Дача

Источник: Жилина Л. Н., Фролова Н. Т. Проблемы потребления и воспитание личности. М.: Мысль, 1969. С. 54.

Учителя и низкооплачиваемые рабочие как менее обеспеченные категории хотели бы приобрести вещи «первой необходимости» – холодильник или мебельный гарнитур; более обеспеченные – автомобиль. У ИТР с высоким уровнем заработной платы в списке присутствует как автомобиль, так и новый автомобиль. Данные дают повод задать вопрос, дожили ли их старые автомобили «до конца своих дней» или перед нами пример потребительских установок на новинки.

Последнее место в списке желаемых вещей занимает дача, что скорее всего можно объяснить тем, что материальные затраты, необходимые для ее приобретения, высоки, а вовсе не тем, что мало у кого есть желание ее приобрести.

мер.: Титма М., Сильдяев Н. Факторы формирования домашней предметной среды // Социол. исслед. 1979. № 3. С. 108; Такой подход сохраняется в социологических исследованиях до сих пор, например: Бызов Л. Г. Уровень потребления и имущественные характеристики среднего класса // Там же. 2000. С. 42–48; Давыдова Н. М., Седова Н. Н. Материально-имущественные характеристики и качество жизни богатых и бедных // Там же. 2004. С. 40–50.

Среди названных в качестве желаемых вещей не значатся вещи, которые бы можно было отнести к духовным ценностям и которые, согласно нормативной модели в иерархии вещей, должны стоять на вершине, например книги. Советские социологи интерпретируют этот факт следующим образом: они относят к вещам, способствующим духовному росту телевизор, радио и магнитофон, которые занимают в рейтинге желаемых предметов с третьего по шестое место в разных социальных категориях. Эти предметы «представляют для человека большую ценность в плане удовлетворения духовных потребностей, а также в определенной степени и в плане его самовыражения как личности в нашем обществе»⁹⁰.

На основании приведенных данных социологи делают вывод о тенденции предпочтения вещей, удовлетворяющих духовные потребности. Стоит отметить, что западные социологи, например Г. Маркузе, напротив, связывают эти вещи с массовой культурой, которая способствует скорее «духовному разложению», так как стимулирует ложные потребности «одномерного человека»⁹¹. Однако различия в содержании продукта, который транслируют телевидение и радио, оправдывает разницу интерпретаций этих предметов.

2. Отношение к накоплению денег. Тяготеет ли советский человек к «накопительству» или в большей степени стремится к ценностям бытового аскетизма, к независимости от вещей, и, таким образом, отказывается от накопления денег?

Большинство людей считает, что для приобретения вещей необходимы сбережения (от 71,3 % учителей до 85,9 % низкооплачиваемых рабочих). Однако при этом доля желающих накапливать деньги во всех рассматриваемых категориях людей относительно невелика (от 11,5 % у учителей до 25,9 % высокооплачиваемых рабочих).

Сопоставив приведенные данные с информацией о желании приобрести новые вещи, можно объяснить такое расхождение не нежеланием копить деньги, а ограниченными возможностями для накопления: денег, возможно, недостаточно для того, чтобы их откладывать. Об этом же свидетельствуют данные о том, что самый низкий показатель умения накапливать деньги – у учителей, а самый высокий – у обеспеченных рабочих, которые являются одной из самых высокооплачиваемых категорий из числа рассматриваемых и имеют возможность откладывать деньги.

Социологи интерпретируют нежелание накапливать стремлением «не обеднять разнообразие повседневной жизни» и делают вывод о том, что *«мелкобуржуазные идеалы накопительства отнюдь не заражают в мас-*

⁹⁰ Жилина Л. Н., Фролова Н. Т. Цит. соч. С. 57.

⁹¹ Маркузе Г. Цит. соч.

совом порядке социалистического общества»⁹². Однако вопрос о том, какой из двух названных причин, верой в идеологию или отсутствием возможности копить, можно объяснить эти цифры, остается открытым.

3. Предпочтение обладать вещами или брать их напрокат. Социалистическое общество стремится к тому, чтобы вещи стали рутинной частью жизни человека, помогающей удовлетворить его потребности. При такой установке для советского человека не должно иметь принципиального значения, приобрести ли вещь в собственность или взять ее напрокат; важно то, чтобы была выполнена функция, для которой они предназначены. К этой логике подталкивает и активная критика накопительства, кампания по борьбе с захламлением быта и развенчание «культы вещей»⁹³.

Большинство опрошенных тем не менее высказались за то, чтобы обладать вещью: доли предпочитающих иметь вещи в собственности варьируются от 70,3 % обеспеченных в группе ИТР до 85,4 % учителей. Предпочли бы брать вещи напрокат 25,9 % обеспеченных ИТР и только 13,2 % учителей. Подавляющее большинство респондентов предпочитают иметь вещи, а не брать их напрокат. Социологи объясняют эти цифры не только слабой развитостью системы проката, но и тем, что факт обладания вещью, по-видимому, имеет значение престижа, что свидетельствует о «власти над человеком отчужденной от него силы вещей»⁹⁴.

4. Мотивы приобретения вещей. Согласно нормативной установке, вещи должны приобретаться исходя из необходимости. Однако в приобретении вещей играют роль различные механизмы, в том числе психологические, такие как подражание или стремление выделиться из толпы. Об этих мотивах применительно к моде писал немецкий социолог Г. Зиммель: с одной стороны, следование определенной модели потребления дает человеку чувство принадлежности к сообществу, с другой стороны, оно позволяет выразить индивидуальность и отличаться от других⁹⁵.

Советские люди при выборе вещей руководствуются стремлением быть «не хуже других»: от 80,7 % обеспеченных инженеров до 89,4 % низкооплачиваемых рабочих принимают это во внимание, выбирая вещи. Стремление отличаться от других, напротив, свойственно небольшому количеству людей: от 19,6 % низкооплачиваемых рабочих до 19,3 % высокооплачиваемых ИТР.

С одной стороны, эти данные могут говорить о «господстве идеологии и психологии коллективизма». С другой стороны, социологи высказывают опасения по поводу такого рода конформистского поведения. Опасность

⁹² Жилина Л. Н., Фролова Н. Т. Цит. соч. С. 65.

⁹³ Кантор К. Цит. соч. С. 242.

⁹⁴ Жилина Л. Н., Фролова Н. Т. Цит. соч. С. 69.

⁹⁵ Зиммель Г. Мода // Зиммель Г. Избранное. М.: Юрист, 1996. Т. 2. С. 266–291.

состоит в том, что тот, кто подражает, подчиняется шаблонам и стандартам, представляет собой тип «массовой» личности, для которой характерна стандартизация, нивелировка личности, внутреннее опустошение и потеря ею самой себя, самоотчуждение. Такой конформизм, механизм подражания и внутренняя неустойчивость ценностных ориентаций может быть проводником внешнего, в том числе идеологического, влияния⁹⁶.

В то же время подражание, желание приобрести вещь «как у всех» в контексте марксистской критики может говорить об отчуждении вещи от человека, поскольку в этом случае вещь приобретает исходя не из «собственных» потребностей, а только потому, что эти вещи есть у других. Стремление обладать определенным набором вещей может также говорить о том, насколько сильна демонстративная функция вещей и их роль в демонстрации жизненного успеха, оценка которого заключается в обладании определенным набором предметов потребления. Предполагается, что со временем роль вещей в выражении индивидуальности усилится. Однако речь идет не о выражении классовой принадлежности через вещи – так называемом классовом «чванстве», как в капиталистическом обществе, а о выражении личных качеств посредством потребления.

5. Символические функции вещей: вещь как символ достатка. Вещи в социалистическом обществе отказано в функции демонстрировать принадлежность к социальному классу и быть, таким образом, показателем жизненного успеха. Несмотря на это, назвали вещи признаком успеха в жизни 20,1 % учителей и 42,1 % высокооплачиваемых рабочих. Кроме того, большое число людей не ответило на этот вопрос или затруднилось ответить (12,1 % высокооплачиваемых ИТР и 27,7 % низкооплачиваемых рабочих). Такие высокие показатели могут говорить о том, что люди чувствительны к идеологической посылке и, поскольку идеология отрицает демонстративные функции вещей, склонны уклоняться от ответа на этот вопрос. Об этом свидетельствует также то, что совсем исключили вещи из показателей успеха 46,1 % респондентов; это означает, что более половины людей рассматривают вещи как признак успеха и символ социального положения и в советском обществе.

Вопрос о том, какие именно вещи выступают критерием успеха, остается открытым. Данные позволяют предположить, что символами статуса являются автомобиль, мебель и т. д., т. е. вещи, которые заняли верхние места в списке желаемых предметов.

Если соотнести полученные данные с нормативной установкой на то, что вещи отражают социальные отношения, для людей эти социальные отношения заключаются не в качестве и количестве труда, вложенного в производство вещей, как это предполагается с точки зрения советской

⁹⁶ Жилина Л. Н., Фролова Н. Т. Цит. соч. С. 137.

идеологии. Вещи функционируют как знаки социального положения, места человека в должностной иерархии, его материального положения, что свойственно странам Запада.

6. Отношение к изобилию вещей. Согласно официальной позиции, обилие вещей свойственно капиталистическому обществу. Однако социалистическое общество также стремится к уходу от аскетизма, переходу от «недопотребления» к обилию вещей. В полном соответствии с этой установкой часть людей склонны видеть отрицательные последствия на людей обладания большим количеством вещей: доля сторонников «пагубного влияния изобилия» варьируется от 23,4 % в группе высокооплачиваемых ИТР до 30,5 % в группе низкооплачиваемых ИТР. Есть и сторонники противоположной точки зрения – о том, что обилие вещей положительно сказывается на людях. Такого мнения придерживаются 9,2 % учителей и 29,7 % низкообеспеченных рабочих. Доля тех, кто усматривает как положительные, так и отрицательные последствия обилия вещей, колеблется от 45,7 % (низкооплачиваемые рабочие) до 66,5 % (высокооплачиваемые ИТР).

Социологи отмечают, что больше склонны видеть отрицательное влияние обилия вещей учителя и инженерно-технические работники низкооплачиваемых категорий. Возможная причина – доминирование установки на аскетизм, которая легко воспринимается через систему образования⁹⁷. Негативное влияние вещей выражается в том, что они делают человека скупым, корыстным и завистливым, духовно обедняют человека, развивают индивидуализм и чванство, способствуют тому, что человек чуждается тех, кто вещей не имеет. Такая точка зрения расценивается социологами как «пережиток» времен господства идеологии аскетизма.

Очевидно, что в социалистическом обществе 1960-х гг. негативное отношение к вещам критикуется наравне с мещанской привязанностью к ним. Цель подобного рода критики состоит в том, чтобы избавить людей от культа вещей и достигнуть рутинного отношения к вещам, такого, при котором они бы не выступали критерием оценки человека вне зависимости от того, позитивна эта оценка или негативна.

Заключение

За отношением к вещам четко прослеживаются различия в социальном положении или в профессионально-должностном статусе и, следовательно, в материальном положении респондентов. На основании представленных данных можно выделить два «идеальных типа» отношения к вещам: первый, соответствующий нормативной модели и официальному представлению о том, каким должно быть отношение к вещам в социалистическом

⁹⁷ Жилина Л. Н., Фролова Н. Т. Цит. соч. С. 75.

обществе, и второй, который характеризуется «дистанцированием» от «официальной» нормативности.

Наиболее точно воспроизводящими нормативную модель отношения к вещам оказались учителя. Будучи людьми с высшим образованием, с одной стороны, и включенными в систему трансляции ценностей доминирующего порядка, с другой стороны, учителя оказываются максимально чувствительными к этим ценностям и не имеют склонности их отрицать.

Большинство респондентов, принадлежащих к другим социальным группам, скорее тяготеют ко второй модели – дистанцирования от нормативности. Это выражается в мечтах о новых вещах, не духовных, а материальных ценностях – шкафах, холодильниках и автомобилях; в желании копить деньги; в предпочтении обладать вещами, а не заимствовать их; в ориентации на знаковые функции вещей и их символизацию жизненного успеха; на изобилие вещей. Каждый из этих показателей свидетельствует о дистанции от нормативного образца.

Все это дает основание для пересмотра содержания категории потребления как процесса удовлетворения потребностей. Очевидно, что практики и установки советских людей уже не вписываются в это узкое понимание. Потребление не исчерпывается деятельностью по удовлетворению потребностей. Оно представляет собой процесс выбора, накопления и обновления бытовых вещей, при этом вещи не только имеют практическое применение, но и играют роль символов успеха и престижа. Такое понимание потребления близко к понятию «потребления», предложенному Ж. Бодрийяром. Советский человек в своих повседневных практиках «обгонял» советских исследователей потребления.

**От товарища к товару:
предметы потребления в советском и постсоветском обществе**

О. Гурова

Основная идея, предлагаемая вниманию читателя, состоит в том, что при переходе от социалистического к капиталистическому способу производства происходит трансформация предметов потребления, изменяется материальная среда общества⁹⁸. Иллюстрацией к данной идее может послужить следующий сюжет. В художественном фильме «Гудбай, Ленин», снятом немецким режиссером В. Беккером в 2003 г., воссоединение ГДР и ФРГ в единую Германию показано в том числе с точки зрения изменения материальной среды: изменение строя происходит через трансформацию вещей. Первое, что делают герои после падения Берлинской стены, меняют интерьер квартиры: выносят старую громоздкую мебель, унылые шкафы из ДСП, снимают бледные шторы и выцветшие обои, убирают часы-ходики... Все эти вещи получают наименование «старья» и «рухляди» и выступают в контексте фильма как знаки «прошлого» – социалистического строя.

Материальным воплощением новой капиталистической жизни становятся технические новинки – солярий, электронные часы, жалюзи; апогеем же нового строя служат показанные в одном из сюжетов фильма абажуры, сделанные из ярко-розовых перьев и «под леопарда». Эти предметы поражают эмансипированной, даже непристойной с точки зрения социалистической скромности и сдержанности расцветкой, они сразу дают понять, что вещи перестали быть «скромными и пассивными фигурантами» в быту.

Когда по сюжету фильма главному герою понадобилось воссоздать атмосферу социалистической Германии (ГДР) в своей квартире, он реконструирует обстановку и быт: возвращает символы «старого» строя в квартиру, производит в домашних условиях уже забытые продукты питания, наклеивая на банки этикетки с социалистическими лэйблами, найденные в мусорном баке. Вещи в данном случае выступают как главные герои, символы, помогающие склеить обломки распавшейся социалистической цивилизации, чтобы затем снова кануть в лету.

Вопрос состоит в том, как изменяются предметы потребления – вещи – в контексте перехода от социалистического общества к капиталистическому. В основании этой идеи лежит взятая из марксистской теории мысль об общественно-экономических формациях, при изменении которых меняется базис, или материальные отношения в обществе. В контексте этих из-

⁹⁸ В данном исследовании основное внимание уделяется бытовым вещам, средоточенным в пределах жилого пространства человека, его квартиры или комнаты – одежде, технике, мебели, бытовой утвари, тем вещам, которые находятся «за закрытой дверью».

менений трансформируется и материальная среда общества, так как вещи как носители общественных отношений выражают ценности того общества, в котором они были созданы.

Археология вещей

В социологии существует два основных направления, посвященных изучению материальных объектов: социология потребления и социология материальной культуры. Социология потребления концентрируется на роли вещей в структуре потребления и социальной стратификации; в ее рамках рассматривается роль вещей как символов социального статуса и средств конструирования стилей жизни. При этом сами вещи не являются объектом анализа, а служат лишь источником изучения других, «более значимых» социальных характеристик⁹⁹. Социология материальной культуры, или социология вещей, напротив, делает сами вещи объектом анализа. В ее основе лежит идея о «социальности» материальных объектов и их обусловленности ценностями общества. Объектом исследования выступают вещи, изучение «биографии» которых позволяет получить представление об их характеристиках, о практиках их использования, а также о ценностях того общества, в котором вещи были созданы¹⁰⁰.

История вещей изучается в рамках последнего направления. Однако в отечественной социологии до последнего времени история вещей анализировалась в контексте социальных процессов и связывалась с идеей модернизации общества¹⁰¹. В данном исследовании предлагается взглянуть на предмет с другой перспективы, а именно с точки зрения исторической социологии. Первая методологическая особенность состоит в изучении повседневных практик обращения с вещами. Вторая методологическая особенность – в том, чтобы рассматривать вещи с точки зрения тех значе-

⁹⁹ Веблен Т. Теория праздного класса. М.: Прогресс, 1984; Bourdieu P. *Distinction: a social critique of the judgment of taste*. L.: Routledge & Kegan Paul, 1984; Barthes R. *The Fashion System*. California: California University Press, 1990; Барт Р. Мифологии. М.: Изд-во Сабашниковых, 1996; Ильин В. И. Государство и социальная стратификация советского и постсоветского обществ 1917–1996. Опыт конструктористско-структуралистского анализа. Сыктывкар: Сыктывк. ун-т, 1996; Ушакин С. А. Количественный стиль: потребление в условиях символического дефицита // Социол. журн. 1999. № 3/4. С. 187–214.

¹⁰⁰ Бодрийяр Ж. Система вещей. М.: Рудомино, 1999; Appadurai A. *Introduction: Commodities and the politics of value* // *The social life of things. Commodities in cultural perspective* / Ed. A. Appadurai. Cambridge, 1996. P. 3–63; Kopytoff Y. *The cultural biography of things: commoditization as process* // *The social life of things* / Ed. A. Appadurai. Cambridge, 1996. P. 64–95; Шпаковская Л. Социологический подход к антиквариату // Социол. исслед. 2000. № 2. С. 101–108.

¹⁰¹ Голофаст В. Б. Люди и вещи // Социол. журн. 2000. № 1/2. С. 58–66.

ний, которые им приписываются в контексте практик. Вещи являются частью культуры (под культурой в данном случае понимается семиотичная система смыслов, или система значений)¹⁰². Вещи как часть культуры являются носителями соответствующей системы значений. Методологический подход, который используется в исследовании, близок к *археологии вещей*. Похожий подход использует в своей книге о советском обществе британский социолог В. Букли¹⁰³.

Букли подчеркивает, что вещи наполнены значениями и в обществе происходит борьба за приписывание этих значений. Социолог должен понять, какие это были значения, как они приписывались, как передавались, какие альтернативные значения имелись, как велась борьба за их приписывание. Изучение материальной культуры дает возможность увидеть и другие черты общества – как была организована повседневная жизнь, какой была социальная структура, гендерные отношения¹⁰⁴.

Археология советских вещей: концепция уюта

Один из информантов (мужчина, 1976 г. р.)¹⁰⁵ привел в интервью следующий пример. В книге «Для вас, девочки» за 1974 г. были помещены две картинки.

Одна из картинок носила название «Комната советского ребенка», вторая – «Мещанский уют». Мещанскую комнату отличало присутствие ковров, мягких кресел, цветов в горшочках. Советская комната была безликой, неуютной и скучной, с крашенными до середины стенами, столом и табуретками из пресованной фанеры с железными ножками, тумбочкой и кроватью. Парадокс состоял в том, что «культурными» или престижными вещами в позднесоветский период стали именно критикуемые как знаки мещанства ковры, мягкая мебель, «стенка» и хрусталь – именно эти вещи составляли концепцию уюта советского человека. Этот факт свидетельствует о том, что идеологемы, касающиеся отношения к вещам, функционировали лишь на уровне официальных текстов и не имели отношения к повседневной жизни людей, которые по-своему интерпретировали значения этих вещей.

¹⁰² Гирц К. «Насыщенное описание»: В поисках интерпретативной теории культуры // Антология исследований культуры. СПб.: Унив. кн., 1997. Т. 1: Интерпретация культуры. С. 171–202.

¹⁰³ Buchli V. An Archeology of Socialism. Oxford, N. Y.: Berg. 2000.

¹⁰⁴ Ibid. P. 24.

¹⁰⁵ Статья написана на основе эмпирической базы коллективного проекта «Ценность вещей в советской и постсоветской России», Гурова О., Ечевская О. Проект поддержан программой «Межрегиональные исследования в общественных науках». Грант КТК 163-2-02. Эмпирическую базу исследования составили 20 лейтмотивных интервью, взятых у жителей Новосибирска в январе 2004 г.

В интервью дается следующее описание типичной обстановки советской квартиры позднесоветского периода: «...из мебели полированный шкаф на ножках. У кого-то он до сих пор, зайдешь в гости – ой, и у меня был такой шкаф. Темная, полированная мебель – оттуда. Хрусталь такой кондовый. Ковры, обилие ковров. Недостигаемо было – старались завесить все, что могли. Сейчас я ковров на стенах уже не вижу. Такая стандартность была, это было в каждом доме. Заходишь – стоят стол, шкаф, диван» (женщина, 1959 г. р.).

Согласно исследованиям конца 1960–1970-х гг., обеспеченность предметами, перечисленными информантом, была следующей: мебельные стенки имели в среднем 88,8 %, счастливыми обладателями ковров были 47,3 %, а хрусталь имелся у 10,5 % людей. Названные вещи входили в список из 14 предметов потребления, обеспеченность которыми изучали социологи: первое-второе место в этом списке занимала мебель, пятое-седьмое места – ковры, и десятое-четырнадцатое – хрусталь¹⁰⁶. Перечисленные вещи можно назвать «необходимым минимумом» обстановки квартиры, базовыми вещами для обустройства быта, входящим в концепцию уюта советского среднего класса. Обратимся к описаниям этих вещей, чтобы понять, какие особенности имели эти вещи в контексте концепции уюта и как эта концепция вписывалась в доминирующую идеологию.

Мебельная «стенка», в которую входил описанный в интервью «полированный шкаф на ножках», представляла собой набор из шкафов одинаковой высоты, в обязательном порядке размещаемых в ряд вдоль одной стены – на одной оси. «Стенка» была монолитной и неподвижной, что обеспечивало неделимость жилой комнаты на зоны и формировало пространство, просматриваемое со всех сторон, – коллективное пространство. Это свойство «стенки» делало невозможным уединение, что целиком вписывалось в доминирующую в советской культуре идеологию коллективности. Монолитность «стенки» также не давала возможности выразить индивидуальность посредством особого способа расстановки мебели. В первое постсоветское десятилетие происходит отход от этих идеологем, приобретают популярность «стенки-горки» и «стенки», которые можно было «разобрать» и тем самым зонировать комнату, достичь удобной расстановки¹⁰⁷.

Каждый элемент «стенки» монофункционален: шкаф для одежды, шкаф для книг, шкаф для посуды и т. д. Функциональность советской

¹⁰⁶ Данные исследования потребления в Челябинске: Жилина Л. Н., Фролова Н. Т. Проблемы потребления и воспитание личности. М.: Мысль, 1969. С. 52–53.

¹⁰⁷ Особые практики расстановки мебели имели место в коммунальных квартирах, однако в Новосибирске, новом индустриальном городе, «коммуналок» было очень мало. О стратегиях расстановки в коммуналке см.: Герасимова К. Советская коммунальная квартира как социальный институт: историко-социологический анализ: Дис. ... канд. социол. наук. СПб., 2000. 182 с.

«стенки» преобладала над ее эстетической стороной и полностью соответствовала идее о том, что вещь должна быть простой и рациональной. Ее эстетика не имела особого значения хотя бы по причине дефицитности. Типовые «стенки» делались сдержанной «природной» окраски – «под дерево», «под орех» или «под дуб». Эмансипация цвета произошла в постсоветский период: появилась мебель ярких «синтетических» цветов – синего, желтого и т. д. Тогда же прессованная фанера, покрытая лаком, была заменена, с одной стороны, на дорогое натуральное дерево – символ состоятельности и богатства, с другой стороны, на недорогой пластик и другие синтетические материалы – символ демократичного стиля потребления постсоветского среднего класса.

Наличие «стенки», как и ряда других бытовых вещей, свидетельствовало о близости владельцев к каналам распределения товаров и их потребительской сноровке, однако советская стенка все же была рядовой вещью в быту. Особую ценность имел импорт – «стенки», произведенные в дружественных социалистических странах. Мебель зарубежных производителей была практически недоступна в Новосибирске. Ее, как правило, покупали, используя служебное положение или дружеские связи, и привозили в контейнерах из Москвы или других регионов, в которых доступ к предметам потребления был легче. Например: *«Был гарнитур “Жилая комната” производства ГДР. <...> Мы в Москву ездили и купили в магазине... там особых проблем не было» (мужчина, 1946 г. р.)*. Типичные «стенки», такие как, например, серийная модель «Новосибирск», покупались обычным для того времени способом – по записи в магазине или на предприятии.

Один из вместительных шкафов «стенки» с прозрачными стеклянными дверцами непременно отводился под предметы, которые назывались обобщенной категорией «хрусталь» – вазы, фужеры, рюмки, салатники и блюда, а также чайные и столовые сервизы: *«Это было предметом роскоши и шика, считалось, что если в доме много хрустальной посуды, то это признак достатка в семье. И эта посуда искалась, покупалась по благу. Красивые сервизы» (мужчина, 1952 г. р.)*; *«Хрусталь был – нравился всем, красивый – хотелось всем украсить свой дом, например, вазой красивой. Были очереди, но все равно как-то покупали. Например, этой вазе (показывает на вазу, которая стоит на столе. – О. Г.), наверное, 30 лет, я ее первую купила, у Торгового центра, на отдельном месте, простояв час сорок» (женщина, 1946 г. р.)*.

Цитаты показывают, что знаковую функцию выполняло наличие хрусталя: посуда свидетельствовала о достатке. Кроме того, хрустальная посуда расценивалась как предмет «роскоши» и «шика». Критическое отношение к хрустальной посуде как к предмету «мелкобуржуазного» быта в повседневности заменялось приписываемыми ей значениями украшать дом и создавать уют.

Хрустальная посуда была легитимированной составляющей уюта в быту советского человека, доступным ему предметом демократичной роскоши¹⁰⁸. Вокруг идеологемы демократичной роскоши и строилась концепция уюта советского среднего класса. К предметам демократичной роскоши относились товары, нужные не столько для удовлетворения первичных потребностей, сколько предметы, предназначенные для наслаждения, будь то еда, питье или мебель. Как правило, эти предметы являлись «женскими» продуктами, товарами (особенно желанными для женщин), как хрусталь.

Другой неотъемлемой частью интерьера выступали *ковры*. Сделанные из натуральной шерсти или синтетических материалов, они, как правило, занимали пространство пола в каждой из комнат и нередко висели на стенах. С одной стороны, ковры имели практическое значение – они обеспечивали шумоизоляцию, защиту от холода, идущего от стен и пола (поэтому ковры практически всегда висели или лежали около спальных мест – кроватей, диванов). Ковры также были предметом престижного потребления и символом уюта. Например: *«Ковры подчеркивали уют в доме. Множество ковров показывало состоятельность дома. Это значит, у людей были деньги на ковры» (женщина, 1949 г. р.)*. *«Культовую вещь – обязательно ковер на пол, причем нужной расцветки, ковер на стену – причем на каждой стене должно было висеть по ковру – это признак достатка» (мужчина, 1952 г. р.)*.

Ковры, дорожки, паласы – тяжелые, немобильные предметы, которые к тому же собирали пыль и грязь, – как правило, служили десятилетиями. Расцветка ковров подбиралась в тон к обоям или мебели, но разнообразие оттенков было невелико – в сотканых на фабриках коврах преобладали сдержанные бежево-коричневые, буро-зеленые и кирпично-красные оттенки и цветочный орнамент. «Эмансипация» цвета и орнамента ковров произошла в постсоветский период.

Критическое отношение к коврам как к пылесборникам, характерное для сталинского времени, к 1970-м гг. изменилось. Значение ковра было переопределено: этот предмет более не ассоциировался со «старым бытом», а органично прижился в отдельных квартирах советского среднего класса. Ковер (или палас – напольный ковер) стал полноправным членом социалистического дома и, как и хрусталь, был призван сделать дом советского человека красивым и уютным.

Таким образом, бытовые вещи сами по себе могли быть расценены как «мещанские», однако их появление в быту советского человека находило свои объяснения и оправдания в контексте доминирующих идеологем официального дискурса.

¹⁰⁸ Концепцию «демократичной роскоши» в 1930-е гг. описал финский социолог Юкка Гронов: Gronow J. *The sociology of taste*. L.; N. Y.: Routledge, 1997. P. 49.

Характеристики советских вещей

При переходе от социалистического к капиталистическому способу производства происходит, во-первых, трансформация предметов потребления и, во-вторых, изменяются приписанные вещам значения. Сама материальная среда может остаться неизменной, однако то значение, которое она будет нести в новом контексте, изменится. Представление о характеристиках вещи будет реконструировано на основании противопоставления между советской и постсоветской вещью; в основании различий лежат практики обращения с вещами в том или ином обществе.

От дефицитности к появлению выбора вещей. Современное общество характеризуется «буйной порослью вещей»; в описаниях советского общества лейтмотивом проходит тема «дефицита»: *«Очень было тяжело. Раньше был дефицит. <...> Это сейчас такой большой выбор, что люди закопались»* (женщина, 1941 г. р.). Дефицит – характеристика, типичная для советской модели потребления, обусловленная условиями существования. В 1960–1970-е гг. предметы потребления появлялись в магазинах (в них всегда были спички и кабачковая икра), дефицитными были товары, которые пользовались особым спросом – модные вещи, импортные товары, новинки. Поэтому наряду с «затовариванием» предметами, которые не пользовались спросом, наблюдался дефицит определенных категорий вещей.

Дефицит выражался не только в отсутствии выбора, но и в том, что покупка предметов потребления была отсрочена во времени по сравнению с тем моментом, когда возникало желание ее приобрести. Был возможен и другой вариант – при виде вещи возникало желание ее купить. Вещь становилась объектом желания человека, который приобретал ее сразу, как только она попадалась: *«Большинство людей превращаются в рабов вещей – посвящают всю жизнь накоплению, поиску и покупке»* (мужчина, 1952 г. р.). Эта практика моментальной покупки на первый взгляд напоминает «импульсивное потребление» в современном обществе. Однако очевидно, что причина такого потребления кроется не столько во внутренних мотивах, сколько в условиях существования советского человека. Вообще в условиях дефицита вещь очень недолго являлась товаром, быстро становясь «товарищем»; в современном обществе вещь получила возможность быть просто товаром.

Приведенная цитата из интервью демонстрирует следующее противоречие. С одной стороны, марксистская критика отчуждения вещи предполагает, что человек становится рабом вещей в капиталистической экономике, и происходит это по двум причинам. Во-первых, вещь опосредует человеческие отношения и тем самым ее значение в обществе растет; вещь как бы замещает самого человека. Во-вторых, зависимость человека от вещей при капитализме, развитие ложных потребностей в вещах стимулируются при помощи рекламы и индустрии продвижения товаров, которые

костюмы и мужские трусы: ткань «не имела гендера». Одинаковые платья, сумки, бижутерия также были нормой. Нередко после очередного «выброса» вещей в магазине женщины одного коллектива оказывались в одинаковой одежде как в униформе. Эта ситуация проблематизирована в следующих цитатах: *«У нас коллектив был большой. Первое мая. Я купила себе пальто демисезонное. Было модное – с завязочками такими здесь (показывает на область ворота. – О. Г.), светлое. И у меня была шапка “таблетка” из нутрии. Все гармонировало. Я Первого мая прихожу на демонстрацию и вижу, что две наших сотрудницы в таких же пальто. У одной оно было хотя бы другого цвета, а у второй – точно такое же. Я к этому более или менее спокойно отнеслась, а вот у нее было испорчено настроение. Носили эти пальто – куда деваться» (женщина, 1958 г. р.)*

Или другой пример: *«И вот всем дали талоны, и все-все мужчины были в этой обуви, весь Академгородок (район Новосибирска. – О. Г.) просто, это совершенно точно, наверняка и у твоего папы спросишь – он скажет, что и у него было такое. Это касалось не только женщин, но и мужчин. Шапки, например, тоже давались по талонам, и тоже все одни и те же, в «ядерной» (Институт ядерной физики. – О. Г.) дадут, в «катализе» (Институт катализа. – О. Г.) дадут, в университете – везде по одной вроде, а потом соберутся в Доме ученых на конференцию – половина мужчин в одинаковых шапках» (женщина, 1946 г. р.)*

Униформность одежды можно интерпретировать следующим образом. Американский социолог Б. Андерсон в классическом исследовании национализма «Воображаемые сообщества» приходит к выводу о том, что использование символических средств, таких как книги, памятники, является частью политики строительства нации¹¹⁰. Одежда, внешний вид, мода являются символическими ресурсами политики конструирования нации, и в тоталитарных государствах данный ресурс используется наиболее полно.

В современном обществе разнообразие вещей на первый взгляд выше: количество вещей растет, появляются новые подвиды одного и того же предмета, часто меняется мода, разные фирмы-производители предлагают широкий выбор вещей разного фасона, цвета и различающихся по цене: *«Вещи стали более красивые, модные, совершенно неодинаковые, неординарные, разные такие, и желание появляется купить по красивее, получше, качественнее намного – вот чего не было в 70-е гг.» (женщина, 1946 г. р.)*. В цитате артикулировано наличие (в современных условиях) возможности приобрести вещь, руководствуясь эстетическими предпочтениями, «дистанцируясь» от структурных ограничений. Однако, несмотря на наличие возможности выбрать и купить, материальной среде сегодня также свойственно однообразие – в общей массе люди выглядят одинаково. Пример:

¹¹⁰ Андерсон Б. Воображаемые сообщества. М.: Канон-пресс-Ц, 2001. 286 с.

«...сейчас можно говорить о том, что есть... ну, не знаю, больше или нет, но налицо явная унификация. То есть если идет какая-то модная тенденция, то рынок очень быстро затоваривается. Например, штанами такого-то покроя или сделанными по такой-то технологии. Поэтому сейчас – да, внешний вид более яркий, более пестрый» (женщина, 1969 г. р.). «Посмотрите на сетевые магазины, сколько их появилось, и не только с одеждой, но и с посудой, и с мебелью» (женщина, 1954 г. р.). В современном обществе следование моде является той «необходимостью», от которой хотят дистанцироваться искушенные потребители.

Различие потребительских практик «тогда» и «сейчас», кроме прочего, состоит в том, что в советское время однообразие было порождено недостатком вещей, тогда как в современной культуре эта ситуация в большей степени обусловлена массовой модой, глобализацией потребления и ростом значения транснациональных корпораций, обеспечивающих однородное предложение товаров в больших объемах. Различие также состоит в том, что в советской культуре однообразие было вынужденным: женщины оказывались в одинаковом пальто в основном потому, что других пальто в магазине не было. В современной культуре, где возможности для выражения индивидуальной идентичности выше благодаря выбору, желание подражать является скорее сознательной стратегией потребителя.

От самодельных вещей к новинкам промышленного производства. Существует еще одна точка зрения, противоположная приведенной выше. Она состоит в том, что советская бытовая среда – это не унификация и не стандарт, а, напротив, индивидуальное отступление от стандарта; это вовсе не коммунальность, а, напротив, огромный примат частного над общественным¹¹¹.

Искусствовед Е. Деготь, высказавшая эту идею, имеет в виду вещь, которая уже попала в руки человека и была приспособлена к собственным нуждам. Эту переставшую быть товаром вещь или никогда не бывшую им, самостоятельно сделанную, Деготь называет «товарищем».

Вещь становится товарищем после того, как побывает в руках своего владельца. Обратимся к цитате: «...стол письменный. Я его купил, но я его переделал, так, что он стал таким Г-образным, со стеллажами. Куча стеллажей в комнате. В общем, мебель я как-то сам. Это было от бедности и от узости ассортимента» (мужчина, 1945 г. р.).

Практики переделки предметов были популярны по нескольким причинам: во-первых, вследствие дефицита товаров; во-вторых, вещи промышленного производства могли просто «не подходить»; в-третьих, они могли быть однотипны, похожи, сделаны из одинаковых материалов. Ру-

¹¹¹ Деготь Е. От товара к товарищу. К эстетике нерыночного предмета // Логос. 2000. № 5–6 / http://ruthenia.ru/logos/number/2000_5_6/2000_5-6_04.htm.

коделие и умение мастерить позволяет не просто сделать новую вещь, но и создать уникальный, соответствующий индивидуальному запросу предмет, который вслед за французским социологом М. де Серто можно назвать «непреднамеренным социальным изобретением»¹¹².

Примером «непреднамеренных социальных изобретений» могут служить эрзац-колготки, представляющие собой результат пришивания женских или детских чулок к трусам. Среди воспоминаний людей можно отыскать причины такой манипуляции: *«Чулки были страшно неудобной одеждой. Постоянно отстегивались или выглядывали. Много неудобств доставляли. Мои дети застали их. И я, чтобы облегчить их жизнь, шила им такие вот колготы. Обычные детские колготки появились позже, да и дети мои тогда уже выросли»* (женщина, 1939 г. р.). Появление эрзац-колготок, как следует из цитаты, связано с осознанным неудобством существующих конструкций – чулок и детского лифчика, и недоступностью детских колгот. Другой оригинальной находкой «народного дизайна» выступала майка, перешитая в купальник для ребенка, по нижнему срезу в нужном месте которой был проложен шов или пришиты плоские бельевые кнопки.

В терминологическом арсенале де Серто присутствует понятие «тактик», которые представляют собой практики сопротивления власти. Особенность тактик состоит в том, что реализующие их люди символически отбирают у власти произведенное и подчиненное ей вещевое пространство. Такие тактики, по словам де Серто, являются «уделом слабых», «последним пристанищем» проявить себя для тех, у кого власть отсутствует¹¹³. Перечисленные выше практики могут быть рассмотрены как тактики сопротивления власти. По сути, создав вещь, перешив или украсив ее, советский человек преодолевал дефицит или присваивал, персонифицировал те стандартные унифицированные фабричные предметы, которые удавалось достать.

В настоящее время рукоделие и практики «домашнего мастерства» изменяют свое значение. Чаще ими занимаются в качестве хобби, чтобы получить удовольствие, а не вследствие насущной необходимости. Например: *«...раньше, допустим, связанная вещь была ... “Ух, какая кофточка! Ты сама связала? Понятно”. А сейчас: “Ох, какая кофточка, ты сама связала? Да неужто? Ты можешь это вязать?”. Сейчас уже не так часто это можно встретить, как раньше. Раньше были все дети в школе, помню – вязали, если не мамы, то бабушки – варежки, шарфики... А сейчас*

¹¹² Certeau M. de Op. cit. P. 37; Козлова Н. Методология анализа человеческих документов // Социол. исслед. 2004. № 1. С. 14–26; Она же. Социально-историческая антропология. М.: Ключ, 1998.

¹¹³ Certeau M. de. Op. cit. P. 37.

все можно купить» (женщина, 1982 г. р.). Новые вещи чаще покупаются, поэтому современное общество – общество вещей-товаров, а не товарищей.

От низкой мобильности к быстрой сменяемости вещей. В современной культуре, где господствует мода и периодичность ее изменения – как минимум дважды в год (обычная частота смены коллекций модных магазинов), а гляцевые журналы предлагают «новую» моду каждый месяц, вещи быстро устаревают. Мода требует соответствующей сменяемости вещей. В 1970-е гг. категория «мода» применялась не ко всем категориям вещей, не все предметы функционировали в контексте моды; например, отсутствовало представление о том, что посуда или мебель могут быть подвержены моде: *«Посуда, даже я никогда не думала, что посуда и то может быть модной, меняться. Так вот посуда, оказывается, тоже меняется, сейчас уже другая посуда, совсем не та, что приобреталась мной в 70-е гг., в 80-е гг. (женщина, 1946 г. р.). Вещи в советском обществе меняли в том случае, когда они выходили из строя и теряли свои утилитарные свойства, т. е. когда происходил их физический износ.*

В современной культуре появилось представление об одноразовых вещах. Целлофановые пакеты не стираются, пластмассовая посуда выбрасывается, существует одноразовое нижнее белье. Одежда, которая была надева однажды, также может стать старой: *«Сколько должно пройти времени, чтобы для вас вещь стала старой? Вот мы говорим – есть новые вещи, а есть старые... С. З.: Ну вот сапоги сегодня будут старыми – первый раз надел...»¹¹⁴.*

Ответ на прямой вопрос о том, как долго обычно хранились вещи в советское время, содержит следующая цитата: *«Вещи не выбрасывались. Их все время применяли как-то» (женщина, 1937 г. р.). Или такой пример: «...эпоха была другая. Вещи ценились иначе, вещей было меньше» (женщина, 1967 г. р.); «Все вещи, какие были в семье, – все складывались. – А куда складывались? – Ну... Сначала недалеко – пригодятся. Потом ... минимум раз в квартал делалась капитальная уборка, и вещи перекладывались. Те, которые долго не требовались, но выбросить жалко, складывались в мешки и засовывались в антресоли. Потом перебирались антресоли и вещи, которые позже стали не нужны, складывались туда, а те, которые выбросить жалко – пригодятся, – относились в подвал. А в подвале были кладовки – размером с нашу кухню примерно – и там полки. Все это складывалось туда. В конце концов, когда я пошел учиться в институт, в эту кладовку было невозможно войти. Можно было открыть дверь и, стоя в дверях, чего-нибудь вот оттуда достать – все остальное*

¹¹⁴ Реплика стилиста по прическам Сергея Зверева на ток-шоу «Короткое замыкание». Телеканал РТР, 10 февраля, 2004 г. Тема ток-шоу: «Надо ли выбрасывать старые вещи?».

было заставлено. *Что находится там, уже мало кому известно, и мало кто что помнит. – А почему это все хранилось? – Потому что вдруг пригодится! Доставалось тяжело и трудно, и выбросить жалко, и вдруг куда-нибудь еще пойдет*» (мужчина, 1952 г. р.). В приведенных отрывках подчеркивается различие между продолжительностью жизни вещей в различные «эпохи». Вещь в советской культуре хранили и использовали продолжительное время, до тех пор, пока ей не приходил конец.

Более того, жизнь бытовых вещей в советской культуре зачастую не ограничивалась «житием» у одного человека – первоначального хозяина: существовала практика передачи вещей «по наследству». Один из примеров такой практики – «донашивание». Донашивание характеризуется тем, что, во-первых, регулируется правилами «натурального», а не товарно-денежного обмена; во-вторых, обмен осуществляется между «своими» – родственниками, знакомыми или друзьями. Например: *«У моего мужа есть (мы когда-то ему справляли) кожаное пальто, внутри цигейка натуральная. А он по возрасту уже раздался немножко, маловато оно ему. Андрюшка, конечно, такое уже носить не будет. Выбросить – нет, не буду выбрасывать. У меня есть такая нужда. На Орловщине очень тяжело родственники живут. Но посылать его – это же мне в такие деньги встанет. Но я все надеюсь»* (женщина, 1958 г. р.).

Обмен вещами сегодня осуществляется между людьми, принадлежащими к разным социальным слоям: особую роль играет растущее расслоение и появление бедных слоев, которым обычно передаются вещи. В последние годы становится популярной практика отдавать вещи в церковь, выставлять их около подъезда собственного дома «для бомжей» или отдавать в детский дом. *«А сейчас стало совсем просто – относишь в церковь, там есть прием вещей, и они уже раздают по своим каналам. С одной стороны, делаешь доброе дело, с другой стороны, не выбрасываешь, и душе приятно. Был момент, когда мы много вещей и книжек отвезли в детский дом»* (мужчина, 1952 г. р.).

Помимо прочего, вещи просто складировались, находили пристанище в кладовках и «тёщиных комнатах», в надежде, что когда-нибудь пригодятся. В интервью отмечается, что вещи, даже те, которые утратили потребительские свойства, старались сохранить, если это позволяли жилищные условия. Однако даже в условиях ограниченного пространства вещам находилось место. В случае же отдельной квартиры для хранения ненужных вещей нередко предполагались специальные помещения и места – кладовки, антресоли. Местами для хранения вещей служат также гаражи и дачи: *«В квартире у всех (для хранения вещей. – О. Г.) балкон, лоджия и тому подобные вещи. Скорее, лоджия. Да. Ну и гаражи всевозможные, дачи, сараи и тому подобное. Еще в квартире антресоли, полки... Максимально приближенные к потолку»* (мужчина, 1979 г. р.).

Окончательный выход носильной вещи из строя, потеря первоначальных функций ведет не к «гибели» ее на свалке, а к превращению в вещь с другими функциями: «...прежде чем вещь выбросить, нужно посмотреть, что с ней можно сделать» (женщина, 1941 г. р.). Примером такого превращения служит обращение одежды в тряпки для пыли или в половую тряпку: «Я, наверное, по крестьянской привычке, футболки – я их до дыр. То есть мы не ходим, конечно, в дырявом. Но я их на тряпки, если есть дача – те же окна и стекла мыть. Всегда есть место, где их можно использовать» (женщина, 1958 г. р.). Действительно, до недавнего времени специальные приспособления для уборки – тряпки – в продаже отсутствовали. Предполагалось, что эту функцию должна исполнять вышедшая из обихода одежда. Поэтому случались такие казусы, когда роль тряпки для уборки стола выполняли не предназначенные для этого вещи, например старые трикотажные плавки.

Отмеченное в воспоминании окончательное расставание с вещью действительно было нетипично для советского человека. Отслужившее белье находило у плюшкиных своеобразное применение: мягкая хлопковая трикотажная майка с отличными впитывающими свойствами становилась тряпкой для пола или пыли, капроновый чулок пропускал воздух и становился лучшим хранилищем для запасов лука, или надевался на веник, чтобы тот не рассыпался, или служил исходным материалом для вязаного коврика. Показатель бессмертия вещи, о котором позволяют говорить приведенные примеры, – ее повторное применение, но уже в качестве единицы с новыми функциями.

Заключение

При переходе от социалистического к капиталистическому способу производства происходит трансформация предметов потребления, изменяется материальная среда общества. В контексте археологии вещей были представлены знаковые вещи советского времени – мебельная «стенка», ковры и хрусталь, и показаны те интерпретации, которые позволяли этим «мещанским» предметам легально вписываться в быт и концепцию уюта советского человека. Какими характеристиками обладали эти предметы? Скромные, изначально стандартные, а затем со старанием приспособленные к себе, живущие долгую жизнь, советские вещи можно назвать «товарищами», в отличие от современных вещей, которые существуют в модусе «товаров» разнообразных новинок с привлекательным дизайном и яркой упаковкой.