

Раздел 2. ВЕЩИ И СОЦИАЛЬНЫЕ ОТНОШЕНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЕ

«Свобода в вещах» или «свобода от вещей»: значения вещей в практиках повседневной жизни

О. Ечевская

Рассмотрим отношение людей к вещам в условиях относительного товарного изобилия и символического разнообразия (постсоветское общество, пришедшее на смену советскому – обществу товарного и символического дефицита). Основная задача данного текста – описать режимы отношения к вещам, складывающиеся в современном обществе со становлением общества потребления «на осколках» структурных условий советского общества. Особое внимание уделяется материалистическим практикам потребления и взаимоотношения с вещами, привязанности к вещам и их высокой значимости в повседневной жизни.

Материализм (в общем виде – значимость собственности в жизни людей) избран в качестве «точки отсчета» не случайно. В советском обществе материалистическая привязанность к вещам («вещизм», «мещанство») была одной из мишеней идеологической борьбы, одной из чуждых ценностей, противоречащих доминирующим в идеологии установкам на «умеренность» и «свободу от вещей». В то же время структурные ограничения (скудный выбор и «не-добровольность» потребления) работали скорее на усиление зависимости от вещей, вынуждая людей думать об их приобретении.

Современное общество характеризуется товарным изобилием и снятием идеологического «ограничителя» потребления. Такие условия, теоретически способствующие формированию материалистических ориентаций и склонностей структурировать повседневную жизнь с расширяющимся участием в ней вещей и собственности, в повседневности имеют следствием разнообразие способов взаимодействия с вещами, предоставляя больше возможностей для реализации не только материалистических, но и альтернативных стратегий «освобождения» – не «в вещах», а «от вещей».

Материализм, потребительство, вещизм, мещанство: к определениям понятий

Тематика взаимоотношений людей и вещей популярна в западной социальной теории (преимущественно в американской социологии и социальной психологии); в отечественных социальных науках интерес к данной тематике можно назвать фрагментарным, или по меньшей мере несистематическим. Привязанность к вещам, которая в западной традиции называется материализмом и изучается как «универсальная» черта или ценность, свойственная в той или иной мере каждому человеку, в отечественной литературе называется «вещизмом», «мещанством», «потребитель-

ством», «накопительством», «частнособственнической установкой». Подобные склонности имеют явные негативные коннотации и рассматриваются как образ жизни, свойственный не всем, а, как правило, определенным слоям общества («мещане») или среде («мещанской»), и являющийся проявлением «несоциалистического образа жизни», основной чертой капиталистического или буржуазного общества.

Попробуем вначале разобраться в терминологии – чем различаются осуждаемые в советской культуре «вещизм», «мещанство», «накопительство», «потребительство» и как соотносятся подобные проявления «несоциалистического» образа жизни с тем, что в американской социологии называется «материализмом», или «материалистичностью».

Понятия «материализм» и «материалистичность» в контексте изучения потребительского поведения возникают в американской социальной психологии во второй половине XX в. и обозначают в самом общем смысле, «значимость вещей и собственности в жизни человека» (Белк, 1988). В настоящее время существуют социально-психологические определения и концепции материализма как потребительской ориентации, на основе которых строятся шкалы, измеряющие «степень» материалистичности человека, а также выраженность материалистических ориентаций на уровне культуры в целом.

В американской литературе широко представлены исследования, в основе которых лежат два основных способа измерения материализма как потребительской ориентации: материализм понимается как совокупность личностных черт (зависть, собственничество, скупость. – Р. Белк¹¹⁵) либо как определенный набор ценностей (центральность приобретений, определение успеха через собственность, поиск счастья в приобретениях – М. Ричинс, 1992¹¹⁶). Последние исследования, рассматривающие материализм

¹¹⁵ Belk R.W. Materialism: Trait aspects of living at the material world // J. of consumer research. 1985. Vol. 12. P. 265–279. В данной статье материализм определяется как совокупность трех личностных черт: *зависть* (состояние неудовлетворенности при наличии у другого превосходства в счастье, успехе, репутации или наличии определенных вещей), *собственничество* (стремление сохранять monopolный контроль над собственностью, нежелание брать что-либо в аренду, склонность накапливать вещи), *скупость* (нежелание отдавать собственность или делиться ею с другими).

¹¹⁶ Richins M. L., Dawson S. A consumer values orientation for materialism and its measurement: scale development and validation // J. of consumer research. 1992. Vol. 19. P. 303–316. Здесь материализм определяется не как проявление определенных социально-психологических черт, а как ценность, инструментальная и терминальная. В основе ценности лежат также три компонента: *определение успеха через собственность* (склонность оценивать собственную успешность и успешность окружающих по объему и структуре аккумулированной собственности); *центральность приобретений в жизни человека* (потребительская активность как ключевой

лизм как одно из оснований потребительских различий (например, Холт, 1997¹¹⁷), показывают, что материализм более не ассоциируется однозначно с устойчивым набором личностных черт или ценностей и корректнее определять материалистическое потребление через практики, в основе которых лежит «избыточное», или «некомпетентное», потребление. Такой способ концептуализации материалистичности (не как устойчивого измеримого конструкта, а как социально сконструированных значений вещей и практик их использования) и лежит в основе данного исследования.

В современных исследованиях материализм рассматривается не только в контексте практик взаимодействия с вещами в повседневной жизни (Д. Холт, 1997), но и с точки зрения значений вещей в повседневной жизни, привязанности к вещам и достижения престижа через вещи (Ф. Виньерон, 1999¹¹⁸), а также стратегии «оправдания» людьми собственного материализма (Г. Гер, Р. Белк, 1996, 1999¹¹⁹), и т. д.

вид деятельности, структурирующий все остальные аспекты жизни); *поиск счастья через собственность* (здесь, условно говоря, предполагается, что вещи, а не социальные отношения способны сделать материалистичного человека счастливым).

¹¹⁷ Holt D. Does cultural capital structure American consumption? // J. of consumer research, 1997 Vol. 25. June. P. 1–15. Материализм здесь определяется как «режим потребления», структурированный в соответствии со значениями (*meanings*), которые конструируются в потребительских практиках в контексте «статусной игры». В общем виде материализм как практика связывается с недостатком культурного капитала и определяется через «излишества», относительную «безграмотность», потребление не в соответствии с собственным статусом.

¹¹⁸ Vigneron A. A Review and a conceptual framework of prestige-seeking consumer behavior / Academy of marketing science review. Vol. 1999, №. 1. Available: <http://www.amsreview.org/articles/vigneron01-1999.pdf>.

¹¹⁹ Ger G., Belk R. Cross-cultural differences in materialism // J. of economic psychology. 17 (1996). P. 55–77. В данном исследовании материализм определяется в «потребительском» значении (зависть, собственничество, скупость плюс «осязаемость» – измерение, появляющееся при исследовании постсоциалистических обществ) и рассматривается в количественном измерении применительно к западным и некоторым развивающимся странам – Турции, Румынии и ряду других. Делается попытка подтверждения или опровержения «гипотезы дефицита» (*scarcity hypothesis*), предполагающей, что материализм более свойствен странам «третьего мира», чувствующим острую относительную депривацию; Ger G., Belk R. Accounting for materialism in four cultures // J. of material culture. 1999. Vol. 4(2). P. 183–204. В этом тексте рассматриваются стратегии оправдания собственного материалистического потребления. Наиболее распространенными «оправданиями» являются «альтруистические» мотивы и соображения «компенсации» – «мы жили без излишеств и заслужили возможность потреблять». Собственный материализм, как правило, противопоставляется «вульгарному» материализму, свойственному, по мнению европейцев, американской культуре (с. 198).

Несколько иной фокус рассмотрения материалистичности представлен в кросскультурных исследованиях потребления и потребительских ориентаций. Здесь термин «материализм» употребляется в двух смыслах: потребительском (например, Г. Гер, Р. Белк, 1996) и политическом (например, в исследовании мировых ценностей Р. Инглхарта¹²⁰). Потребительское значение термина, как правило, близко к социально-психологическому определению материализма как проявления личностных черт (зависть, собственничество, скупость, а также проявляющаяся в кросскультурных исследованиях подшкала «осязаемости» (*tangibility*), предполагающая склонность материализовывать впечатления, отношения, воспоминания) и отсылает читателя, прежде всего, к различиям проявлений материалистичности потребителей в развитых и «развивающихся» странах.

Как правило, вне зависимости от способа измерения материалистичности описываются такие «склонности» материалистов, как накопление вещей, символизация статуса посредством аккумуляции собственности, конструирование социальной идентичности посредством потребления и использование вещей в целях социальной коммуникации. Иными словами, в основе материализма лежит накопление и «непрагматическое» использование собственности для определения успешности и конструирования «желаемого» образа. Есть основания предполагать, что материалистичность является одной из неотъемлемых характеристик общества потребления и потому исследование материалистических проявлений на постсоветском пространстве может пролить свет на то, каким образом происходит становление общества потребления на «постсоциалистическом» фундаменте и насколько жители «нашего» общества потребления похожи на своих «западных» старших братьев.

Безусловно, специфики, привносимой социалистическим прошлым, не учитывать нельзя, хотя бы потому, что идеалы «общества потребления» в течение 70 с лишним лет провозглашались как «чуждые советскому человеку». Это отразилось как на идеологической, так и на академической манере теоретизирования потребления, вещей, собственности.

Так, в отечественной (особенно советской) социологической традиции изучение материалистических ориентаций сопряжено с двумя сложностями. Во-первых, за термином «материализм» закреплены вполне определенные философские и идеологические коннотации, что затрудняет как

¹²⁰ Политический подход к определению материализма представлен в работах Р. Инглхарта и его коллег в рамках проведения исследования мировых ценностей (*world values survey*). Ссылки на результаты исследования осуществляются по материалам, доступным на сайте <http://wvs.isr.umich.edu/>. Результаты исследования относительно материалистических ценностей приведены в статье «Globalization and postmodern Values» (*Washington Quarterly*, Winter 2000, P. 215–228); Цит. по <http://wvs.isr.umich.edu/papers/globaliza.pdf> [ONLINE]: доступ 30.01.2005).

использование категории, принятой в западной литературе, так и изучение содержания рассматриваемого явления. «Повседневные» и идеологические определения стиля жизни, «основанного на вещах», как правило, неконкретны и имеют яркую негативную смысловую нагрузку («вещизм», «мещанство», «стяжательство», «частнособственническая установка» и т. д.).

Во-вторых, привязанность к вещам, называемая в советской литературе «вещизмом», «накопительством» или «мещанством», систематически не изучалась, поскольку такой образ жизни осуждался как идеологически, так и на повседневном уровне, и рассматривался не с точки зрения сущности, а, скорее, в контексте опасных последствий и возможностей их предотвращения. Соответственно в большей части текстов, так или иначе рассматривающих отношение и привязанность к вещам, акцент делается не на содержании такого стиля жизни, а на способах «преодоления» или «искоренения» его последствий (в зависимости от жесткости артикуляции идеологической установки в том или ином тексте).

В текстах с явной идеологической окраской (обсуждающих вопросы социалистической морали и должного образа жизни) «вещизм», «мещанство», «стяжательство» перечисляются как «несоциалистические» проявления, стоящие в одном ряду с эгоизмом, бюрократизмом, бесхозяйственностью «и другими мелкобуржуазными проявлениями» (см., например, Зборовский, 1987¹²¹). Являясь грехами не «высшей степени тяжести» (такой образ жизни является «несоциалистическим», но не «антисоциалистическим» – к числу последних причисляются, например, тунеядство и расхищение социалистической собственности), проявления вещизма, тем не менее, должны были быть искоренены посредством соответствующей социальной и экономической политики.

Во многих текстах как советского, так и постсоветского «производства» равнодушное отношение к вещам рассматривается как элемент «буржуазного» образа жизни, процветающего либо в буржуазных странах, либо в «мещанской» среде, при этом определение и наполнение понятия как было так и остается «интуитивным», неконкретным. Например, В. Ильин, описывая феномен потребительства, отождествляет его с тем, что в западной социологии называют материализмом: «...этот феномен в той или иной форме проявляется при покупке самых разных товаров и услуг. В американской социологии потребления его обычно называют материализмом. В нашей стране это традиционно именовалось потребительством, вещизмом. В советское время его связывали с категорией мещанства – стилем жизни мелкой буржуазии, для которой приобретение вещей является смыслом жизни и формой самореализации». Здесь снова –

¹²¹ Зборовский Г. Образ жизни классов и социальных групп советского общества: сходство и различия. М.: Знание, 1987.

потребительство, вещизм и мещанство употребляются через запятую, как означающие нечто, предполагающее «потребление как смысл жизни¹²²».

Строго говоря, смешение этих терминов при их безусловной синонимичности не вполне корректно. При внимательном рассмотрении каждый из терминов имеет свою специфику, отражая различные аспекты ценности вещей и собственности в жизни человека. Например, в основе различия категорий «материализм» и «потребительство» (*consumerism*), более типичных для западной социологической традиции, лежит различие значимости «обладания» вещами и «потребления» вещей. Так, материализм, прежде всего, проявляется в значимости самих вещей, *обладания* вещами, и построения социального взаимодействия на основе демонстрации символических значений, «записанных» в *располагаемой* собственности. Проявления же потребительства связаны со значимостью *процесса потребления* в жизни человека. В данном случае акцент смещается со значимости факта обладания вещью на важность процесса приобретения все большего количества новых вещей, что, в отличие от материалистического отношения, не предполагает важности *обладания* вещью.

«Вещизм» относится к склонности накапливать вещи, зависеть от вещей, окружать себя как можно большим количеством вещей в повседневной жизни. Помимо количества важны и *значения* аккумулируемых вещей – собственность непременно должна свидетельствовать о высоком статусе своего хозяина: осуждаемый «вещизм» связан со статусным символизмом в «вебленовском» (показном, демонстративном) смысле слова. Действительно, в литературе советских времен «вещизм» прежде всего ассоциируется с «мещанством» и особый характер отношения с вещами описывается как свойственный определенной социальной группе – мелкой буржуазии. Приведем пример описания «культы вещей» в мещанской среде. «Приобретение вещей – своеобразный способ использования мещанского «капитала»... Вещи – реальное (хотя, конечно, и мизерное) мещанское богатство. И поэтому вещь должна отвечать всем требованиям «хранителя» и показателя богатства... В мещанской среде формируется подлинный культ вещи. Мещанские потребности – самая косная, страшная сила, которая тормозит эволюцию вещи... У вещей, вышедших из употребления в силу социального износа (смены моды), сохраняется «остаточная» полезность (мода может снова вернуться, или вещь можно использовать не на людях, или материал вещи можно пустить в переделку – по моде, или использовать материал для другого назначения). Все это ведет к оседанию вещи в быту, захламлению быта ненужными... вещами и вещами, необходимыми для хранения ненужных вещей (сундуки, шкафы, кото-

¹²² Ильин В. Поведение потребителей. СПб.: Питер, 2000. С. 161.

рых всегда не хватает, которые туго набиты всевозможным барахлом)...¹²³».

В приведенном фрагменте важны два момента. Во-первых, важность для мещанина статусного значения вещи – вещь должна работать не только по прямому назначению, но и демонстрировать социальную принадлежность, быть своего рода «удостоверением... социальной подходящести, соответствия норме социального статуса, а, следовательно, и (как) своеобразный финансовый документ, дающий право на получение ... своей порции жизненных благ»¹²⁴. Второй важный момент – склонность накапливать вещи, стремление сохранять у себя вещи, которые, сохранив функциональную «пригодность», вышли из моды, уже не символизируют социальную успешность, соответственно временно не используются. Описанные «склонности» определенно созвучны с американским «материализмом», с одной оговоркой: не любое «захламление» свидетельствует о материалистичности.

Завершая обзор «терминологических вариаций» при обозначении значимости вещей и потребления в жизни людей, обозначим, что мы будем иметь в виду под «материалистическими ориентациями», повседневная «реализация» которых и находится в фокусе данного текста. Материализм – далеко не всякое потребление, более того, слово «потребление» не является ключевым для понимания сущности материалистических ориентаций. Ключевыми являются *значения*, которыми вещи наделяются как в повседневной жизни, так и в процессах социального взаимодействия.

В самом общем виде материализм – значимость вещей в их «количестве и символическом качестве»; непременными атрибутами такой установки являются склонность накапливать вещи, следовать моде, а также конструировать, «считывать» и «сообщать» партнерам по взаимодействию маркеры статуса, богатства и успешности, заложенные в вещах и располагаемой собственности. Ядро материалистичности – демонстративная (в вебленовском смысле слова) значимость вещей как символов «социальной успешности».

Материализм и социальный статус

Есть еще один важный момент, который следует иметь в виду, рассуждая о стратегиях борьбы с вещами и за вещи, реализуемые в идеологии (официальном дискурсе) и повседневности, – соотношение значимости «символизма ранга» и реальной «привязки» материалистических ориентаций к социальному статусу индивида. В литературе представлены два ответа на вопрос о связи материализма и социального статуса: один предпо-

¹²³ Кантор К. Красота и польза. М.: Искусство, 1963. С. 242.

¹²⁴ Там же. С. 246.

лагает их относительную независимость («все в той или иной мере материалистичны»), второй – связанность (материализм либо меняется с продвижением по социальной иерархии, либо является характеристикой определенных социальных групп).

В западной традиции материализм рассматривается как свойственный всем людям вне зависимости от социальной позиции; хотя последние исследования свидетельствуют о том, что определенные закономерности все же существуют (материалистичность более свойственна людям с относительно низким уровнем культурного капитала, недостаток которого компенсируется посредством использования вещей, но в реальности свидетельствует о «потребительской некомпетентности»). Это показано, например, в редком для американской социологии потреблении исследовании, выполненном в методологии П. Бурдье (Д. Холт, 1997). Тем не менее большая часть исследований свидетельствует скорее о независимости материализма и социального статуса (упомянутые исследования Р. Белка, М. Ричинс, Г. Гера и ряд других).

В советских общественных науках, напротив, материалистичность описывается в контексте социальной структуры – как свойственная определенным социальным слоям («мещане»). В пользу гипотезы о связи социальной структуры и материализма в советской культуре говорит, например, тот факт, что набор и качество доступных вещей и льгот были привязаны к социальной позиции (В. Голофаст¹²⁵). Это существенно дифференцировало наборы располагаемой собственности в различных социальных группах в условиях товарного дефицита, свойственного советской экономике в самых разных ее состояниях. Более того, помимо идеологической, существовала и «повседневная» привязка осуждаемого «материалистического» стиля жизни к социальной позиции («мелкая буржуазия»).

Материализм и идеология

Вопросы соотношения идеологии и привязанности к вещам в советском обществе в последние годы начинают активно обсуждаться в социологической литературе. Мы вопросы идеологии и практик потребления в советском обществе специально не рассматриваем, однако одно предположение, касающееся связи материализма, идеологии и статуса, здесь сделать целесообразно. Анализируя идеологически окрашенные тексты советского времени, можно проследить следующую закономерность: если «вещизм» упоминается без привязки к социальному статусу, то его проявления в достаточной мере случайны – как иногда случающиеся «рецидивы» несоциалистического образа жизни. Если же делается попытка систематического описания проявлений и последствий вещиизма, то осуждаемые

¹²⁵ Голофаст В. Б. Люди и вещи // Социол. журн. 2000. № 1/2. С. 58–66.

материалистические проявления противопоставляются желаемым аскетическим («умеренным», «воздержанным») и здесь ассоциации материализма с социальной структурой практически неизбежны. Носителями материалистических установок и адептами буржуазного «культы вещей», как правило, оказываются мещане (в том числе и потому, что с «врагом», имеющим реальное воплощение, существенно проще бороться).

Современная, постсоветская, идеология, воплощенная во множестве культурных (в том числе рекламных) продуктов, «дала свободу» как вещам, так и их символической значимости. Стремление потреблять и иметь красивые, дорогие вещи «провозглашается» естественной человеческой потребностью, а символизация вещью социального статуса ее обладателя – неотъемлемой функцией вещи, которая так же бесспорна, как и «непосредственная» функция вещи. Реклама напрямую обучает правильному чтению «статусных сообщений», записанных в вещах (...из чего складывается образ успешного человека? его ручка, его часы...). Казалось бы, материализм реабилитирован? Однако на практике – кажущееся противоречие: символом советской культуры, основанной на идеологии антивещизма, являются забытые балконы и «тещины комнаты»; символ постсоветской культуры, как это было сформулировано участниками ток-шоу «Короткое замыкание: надо ли выбрасывать старые вещи?», – идеально чистые антресоли...¹²⁶

Возможно, ответ на вопрос об источниках описанного противоречия следует искать в значениях вещей, которые конструируются в условиях «подавления» и «освобождения» материализма. Например, имеет право на существование предположение о том, что ценность вещей, подобно потребностям (в одной из трактовок), имеет иерархическую структуру и потребность в «насыщении» вещами является базовой для реализации других связанных с вещами потребностей (в западной литературе в подобной аргументации обосновывается «гипотеза дефицита» (*scarcity hypothesis*), в соответствии с которой материалистичность скорее свойственна странам третьего мира, где к вещам стремятся просто потому, что их недостаточно для удовлетворения основных потребностей)¹²⁷. Есть и альтернативное предположение о том, что материализм растет «вместе с изобилием», и с этой точки зрения наиболее материалистичны как раз развитые страны; с этой точки зрения, описанное противоречие, пожалуй, напрямую не объяснимо.

¹²⁶ Ток-шоу «Короткое замыкание», телеканал РТР, 10 февраля 2004 г. Тема: «Надо ли выбрасывать старые вещи?» Ведущий – Антон Комолов. Участники: Андрей Бильжо, Сергей Зверев, Яна Поплавская, Иван Кононов, Александр Зараев, Александр Петлюра.

¹²⁷ Подробнее о гипотезе дефицита см., например: Kyvelidis I. Measuring post-materialism in post-socialist countries. European Integration online Papers (EIoP). 2001. Vol. 5, № 2; <http://eiop.or.at/eiop/texte/2001-002a.htm>.

Основное предположение, на котором строится логика данного исследования, заключается в том, что разный «уровень угрозы», установленный в культуре применительно к материалистическому потреблению, дает неравные шансы формированию и реализации разнообразных режимов отношения к вещам¹²⁸. С такой точки зрения, правомерно и принятие одного из прочтений «гипотезы дефицита»: чем более скудным является ассортимент вещей, тем более скудным является репертуар «публичного» выражения разнообразия, как отношения к вещам, так и повседневного использования вещей.

Однако это не обязательно означает, что «невидимость» альтернативных материализму режимов отношения отрицает их существование. Например, различные режимы отношения к вещам могут строиться, в терминологии П. Бурдьё (1984) как «стратегии дистанцирования» от «структурно задаваемой» необходимости и недостаточности, не всегда демонстрируемые публично. В таком случае объяснение правомернее искать в значениях и смыслах, конструируемых в процессе повседневного, в том числе домашнего потребления и использования вещей.

Основной вопрос данного исследования: какие режимы отношения к вещам существуют в современном российском обществе? За «точку отсчета» при описании пространства существующих режимов отношения к вещам был взят материализм (демонстративная значимость вещей как символов «социальной успешности»). Анализ литературы и приведенные выше аргументы позволяют предположить, что конструкт, называемый материализмом в западных теориях потребления, может быть продуктивным концептуальным инструментом понимания как «нефункционального» потребления в советском обществе, так и новых материалистических практик в современном российском обществе. Тем не менее сущность материалистического потребления в российском обществе предполагается особенной, самобытной и «деформированной» опытом советского времени, поэтому описания строятся в контексте постсоветского опыта «с оглядкой» на советское прошлое.

Методологическим «ориентиром» для нас служило исследование, проведенное Д. Холтом (1995), в котором реализована идея построения типологии стилей потребления на основе значений вещей и практик их использования¹²⁹. Тем не менее, несмотря на сходные методологические предпосылки, схема построения и описания типологии в данном исследовании содержательно и технически отличается от предложенной Холтом.

¹²⁸ Под режимом отношения к вещам в данном тексте понимаются системы «значения вещей – их практические воплощения в различных контекстах» (примеч. авт.).

¹²⁹ Holt D. How consumers consume: a typology of consumption practices // J. of consumer research. June 1995. Vol. 22, № 1. P. 1 (16).

Поскольку режимы отношения к вещам (в нашем понимании) определяются *значениями* вещей и *способами* их реализации в повседневной жизни, то основные различия режимов могут быть концептуализированы вдоль следующих осей¹³⁰.

- *Смыслы*, которые могут быть сконструированы / сообщены посредством вещей (что вещи *означают*).

- *Цели или компенсации*, которые могут быть достигнуты или получены при помощи вещей (обобщенная «польза», или что вещи *позволяют*).

- *Способы использования* вещей для конструирования смыслов и производства выгод (как вещи *используются* в повседневном взаимодействии).

Режим отношения к вещам также предполагает определенную «логику» структурирования практик использования вещей в повседневной деятельности. В данном тексте выделенные режимы отношения к вещам описываются в соответствии со следующей схемой описания практик использования вещей¹³¹:

- количество вещей;
- накопление – замена вещей;
- монопольное использование – совместное использование вещей;
- критерии выбора вещей (функция, выражение индивидуальности, символизация ранга, удовольствие, эмоции);
- частота смены вещей;
- преобразование вещей (*hand made*, переделка).

Информационную базу исследования составили тексты 20 лейтмотивных интервью, собранных в рамках коллективного проекта «Ценность вещей в советской и постсоветской России» в январе 2004 г.¹³²

¹³⁰ Оси, задающие направления, по которым концептуализируются режимы отношения к вещам, выделены на основе анализа литературных источников, прежде всего: Holt D. Does cultural capital structure American consumption? // J. of consumer research. 1997. Vol. 25. June. P. 1–15; Ушакин С. Количественный стиль: потребление в условиях символического дефицита // Online. Доступ через <http://www.nir.ru/socio/scipubl/sj/sj3-4-99ush.html>.

¹³¹ Данный способ структурирования практик использования вещей разработан и успешно применен в рамках проекта «Ценность вещей в советской и постсоветской России» (См.: Гурова О. Бытовые вещи в советской культуре, 1970-е годы) [online] // Межрегиональные исследования в общественных науках. [Обращение к документу: 30 октября 2004]. Доступ через www.iriss.ru/attach_download?object_id=000150070125&attach_id=000245; Ечевская О. Изменение ценности вещей при переходе от советского общества к постсоветскому: формирование новых стилей потребления и использования вещей // Экономика в школе: вопросы школьного экономического образования. 2004. С. 14–24.

¹³² Проект поддержан программой «Межрегиональные исследования в общественных науках», коллективный грант КТК 163-2-02.

Построение типологии

Традиционный (содержательный) анализ текстов интервью в соответствии с приведенной схемой позволил выделить несколько отличительных режимов отношения к вещам, которые различаются значениями (что вещи *означают* и вследствие этого *позволяют*), а также способами использования вещей для конструирования и реализации определенного значения в повседневных практиках.

Значения вещей в самом общем виде подразделяются на прагматические (вещь означает только свою прямую функцию – то, для чего она по замыслу предназначена) и непрагматические (вещь имеет «оторванное» от функционального значение). Непрагматические значения вещей в контексте основного вопроса исследования также можно разделить на два класса¹³³: эмоциональные (индивидуальные смыслы, предполагающие реализацию целей, связанных с индивидуальным опытом) и символические (социальные значения, предполагающие реализацию «внешних» целей – социальной коммуникации и классификации)¹³⁴.

Что касается способов использования вещей, были выделены три основных, которые можно условно ранжировать «по степеням свободы / зависимости» от вещей:

- **присвоение** (приобретение вещи в *собственность* и монопольное использование в соответствии с «известными» функциями и значениями: полюс «зависимости»);
- **применение** (*использование* (не обязательно собственных) вещей в соответствии с «известными» функциями и значениями);
- **игра** (*манипулирование* вещами и конструирование / производство новых значений: полюс «свободы»).

Пересечение двух описанных осей (значения – способы использования) задает пространство режимов отношения к вещам, в котором на основе анализа текстов интервью были размещены шесть отличительных режимов отношения к вещам.

Сочетание прагматического значения вещей и «присвоения» в практиках повседневной жизни задает полюс «необходимости» (*necessity*) в терминах П. Бурдьё: режим, предполагающий присвоение вещей и использование их исключительно «по прямому назначению». Как правило, такой режим реализуется в ситуации ограниченных финансовых возможностей и ограниченности «свободы выбора».

¹³³ Vigneron A. A Review and a conceptual framework of prestige-seeking consumer behavior / Academy of marketing science review. Vol. 1999. № 1. Available: <http://www.amsreview.org/articles/vigneron01-1999.pdf>.

¹³⁴ Holt D. How consumers consume: a typology of consumption practices // J. of consumer research. 1995. June. Vol. 22, № 1. P. 1–25.

Типология режимов отношения к вещам

Способы использования	Цели / выгоды		
	Прагматические	Непрагматические	
		Эмоциональная	Символическая (социальная)
Присвоение	Необходимость	Сентиментальность	Материализм
Применение	Аскетизм	Гедонизм	Эстетизм
Игра	Х		

Остальные типы можно представить как дистанцированные от необходимости, предполагающие последовательное структурирование повседневных практик взаимодействия с вещами на основе использования их значений. Так, «аскетизм» предполагает осознанный выбор прагматического и применение вещей для реализации их непосредственных функций: *«Я лично отношусь к людям, которым вещи нужны только в функциональном плане... Вот купил себе новую куртку, потому что моя старая куртка, по мнению окружающих меня людей, а не по моему мнению, но пришлось смириться... уже совсем никуда не годится. Потому что ей сто лет в обед – или что-то в этом роде, да. Если брюки сильно обтрепались, я, значит, покупаю. Вот. А пока не обтрепались – зачем?... [Большинство людей] они получили расширенные возможности свой вещицм удовлетворять.... У них, наверное, стоит большая проблема с выбором. Мне проще, потому что меня эти вещи не интересуют. Что сломаешь – то придется покупать, только и всего»* (фрагмент интервью с женщиной, 1945 г. р., в. о.)

Гедонистический режим характеризуется **персональной непрагматической** значимостью вещей как источников получения удовольствия, и **применения** (без непременно присвоения) вещей в повседневных практиках. «Воплощенный» гедонистического отношения к вещам возможно великое множество, объединенное одной идеей: вещи должны доставлять удовольствие.

И.: Есть ли у Вас любимые вещи?

Р.: Ну, не знаю... кровать и телевизор можно выделить. Вещи, которые ассоциируются с отдыхом, те, наверное, и являются любимыми. Для меня, по крайней мере. Как-то они не напрягают. Вряд ли у кого-то половая тряпка любимой вещью в доме является...» (фрагмент интервью с женщиной, 1979 г. р., в. о.)

Эстетический режим характеризуется социальной непрагматической значимостью вещей как способов конструирования отличия и выражения индивидуальности, уникальности: *«Вообще предметный мир для меня все-*

гда был чем-то важным... Когда я начала переезжать, я поняла, что для меня важно иметь какой-то небольшой круг вещей, который бы передвигался со мной... несколько предметов – ну, я не знаю, ручка, записная книжка, которые я бы считала своей визитной карточкой... заданный [в советское время] стандарт формы – он на самом деле подчеркивает различия. Мы это тогда уже поняли, и какой-то маленький аксессуар (длина юбки или покроя фартука) всегда позволял выделиться, и можно было выглядеть очень привлекательно, элегантно, индивидуально» (фрагмент интервью с женщиной, 1969 г. р., в. о.).

Использование вещей осуществляется посредством их применения с большой долей игрового компонента: для того чтобы быть особенным, новые – уникальные – значения вещей производятся в повседневных практиках, а зачастую производятся и сами вещи: «[с расширением возможностей] мне стало интереснее... поскольку я занималась производством одежды – в семейном кругу, иногда даже минимально для друзей – потреблять именно в сфере орудий труда. Эти все, скажем, сплетенные коврики из бамбука (один бамбуковый коврик, сделанный респонденткой, висит на кухне. – О. Е.), вещи, сделанные самой, – вот это мне интересно... То есть покупать ткани мне приятнее, чем готовую вещь...» (фрагмент интервью с женщиной, 1969 г. р., в. о.).

Эстетический режим отношения к вещам можно условно обозначить как «полнос свободы» от вещей, противоположный, в терминах П. Бурдьё, «полносу необходимости».

Два оставшихся режима отношения к вещам характеризуются достаточно высокой значимостью вещей в организации повседневной жизни, но значимость вещей в каждом из режимов принципиально особенного свойства.

Сентиментальный режим предполагает **эмоциональную прагматическую** значимость вещей как символов событий индивидуальной биографии и **присвоение** вещей в повседневных практиках. Присвоение вещи необходимо, поскольку вещь приобретает символическое значение в контексте индивидуальной биографии тогда, когда часть биографии человека и вещи «прожиты совместно»¹³⁵. В западной литературе такое значение вещей называется «привязанностью» (*attachment*), которая противопоставляется материалистичности по ряду критериев, в числе которых – эмоциональная сложность и интенсивность, декоммодифицированность и продолжительность во времени¹³⁶. Приведем примеры из текстов интервью:

¹³⁵ Kleine S. S., Baker S. M. An Integrative review of material possession attachment / Academy of Marketing Science Review [Online] 2004 (1) Available: <http://www.amsreview.org/articles/kleine01-2004.pdf>.

¹³⁶ Kleine S. S., Baker S. M. An Integrative Review of Material Possession Attachment" // Academy of Marketing Science Review [Online] 2004 (1) Available: <http://www.amsreview.org/articles/kleine01-2004.pdf>.

«Например, в прошлом году я торжественно выбросила кастрюльку, которая прожила у меня 21 год и досталась мне уже сильно не новой... [выбросила] потому, что мне на день рождения подарили набор кастрюль, я наконец-то радостно и весело эту кастрюльку... я ее даже на дачу никому не отдала – просто выкинула... А так – видишь, у меня нет такого, что прям постоянно потребность вещи менять только потому, что они долго у меня служат. Я вообще привыкаю к вещам, привязываюсь, жалею мне их...» (фрагмент интервью с женщиной, 1959 г. р., ср. о.).

Сентиментальный режим, как уже упоминалось, предполагает длительность «совместного проживания» с вещами и вплетенность вещей в индивидуальную биографию. Сентиментальность и привязанность к вещам осознается, производится, озвучивается: *«Любимые вещи ... [разные] воспоминания с ними связаны. Много вещей – какие-то столовые приборы, которые мне дарили на день рождения, две фарфоровые чашки, которые я очень люблю, с которыми друг мой падал. Я когда на них смотрю, я вспоминаю не то, как мне их дарили, а то, как он с ними падал. <...> Какая-то там сумка... Я вообще достаточно сентиментальна»* (фрагмент интервью с женщиной, 1959 г. р., ср. о.).

Материалистический режим предполагает **социальную непрагматическую** значимость вещей как символов статуса и социальной успешности и **присвоение** вещей в повседневных практиках. Социальное взаимодействие во многом организуется на основе вещей и демонстрации собственной успешности через вещи; присвоение вещей необходимо, поскольку вещи являются основным источником информации о себе и об окружающих, а право собственности на «престижную» вещь является здесь «удостоверением» социальной успешности. *«Как говорят, встречают по одежке, провожают по уму. Я придерживаюсь той точки зрения, что... в первую секунду на меня человек по вещам впечатление производит... «Устроена память у меня так, что, например, время пройдет, а я могу сказать, какого цвета был ковер, абжур или что-то такое у кого-то, у кого была уже давно, – так уж получается. Зато совсем не запоминаю телефоны имена... Но все, что касается одежды, интерьеров, – это я запоминаю хорошо»* (фрагмент интервью с женщиной, 1982 г. р., н/в. о.). Мода при этом является важным источником информации об «актуальных» символах социальной состоятельности. *«Сейчас, раз уж такая пошла тенденция, все вынуждены следовать моде, потому что ты будешь уже белой вороной, если будешь одеваться как-то... не очень. [Но,] по крайней мере, ты будешь выделяться»* (фрагмент интервью с женщиной, 1982 г. р., н/в. о.). Важное отличие материалистического режима от сентиментального состоит в том, что значимость вещей в повседневных практиках «безэмоциональна» и вещи воспринимаются не как «товарищи», с которыми проживается часть жизни, а как товары, значение которых диктуется модой и текущей ситуацией:

«У меня много вещей, которых я не ношу... Они достаточно хорошего качества, сделаны из качественного материала, у них приятный фасон, но они вышли из моды...» (фрагмент интервью с женщиной, 1982 г. р., н/в. о.).

Применение типологии: материалистические практики повседневного взаимодействия с вещами

Продемонстрируем, как режим отношения к вещам, задаваемый осями «значения–применение», определяет логику структурирования повседневных практик. Для сравнения рассмотрим два режима, предполагающие непрагматическую социальную значимость вещей, но различающиеся по способам применения вещей: присвоение (материализм) и игра (эстетизм), и опишем их в соответствии с заложенной в исследовании схемой. Поскольку режим в нашем понимании предполагает последовательную реализацию, опишем режимы на примере одного яркого «кейса».

Материалистический режим (женщина, 1982 г. р., н/в. о.)

• **Количество вещей.** Материалиста в повседневной жизни окружает множество вещей, большинство из которых значимы и дороги (во всех смыслах слова): *«Я люблю вещи... Это в природе человека заложено... сейчас все любят вещи. Хотя, может, я сужу по себе»; «У нас нет лишних вещей, есть только самое необходимое. Но этого необходимого очень много».*

• **Накопление – замена вещей.** Материалистический режим предполагает высокую символическую значимость вещей, и новые вещи покупаются достаточно часто, но при сохранении старых: *«У меня много вещей, которых я не ношу, в связи с тем... Они достаточно хорошего качества, сделаны из качественного материала, у них приятный фасон, но они вышли из моды, поэтому я их откладываю на заднюю полку, потому что они пока не модные».*

• **Монопольное использование – совместное использование вещей.** Поскольку материалистический режим предполагает присвоение как стратегию использования вещей для символизации статуса, используются вещи монополично: *«Я ведь модно одеваюсь, и у меня просят мои подруги, но я не даю никому вещи и не стесняюсь этого сказать... потому что это моя вещь, я в ней хожу, это моя индивидуальность... получается, я отдаю часть своей индивидуальности».*

• **Критерии выбора вещей.** Материалисты выбирают вещи в соответствии с их способностью символизировать успешность (источником такой информации зачастую оказывается мода) и считывают статусные сообщения по вещам других людей. Это является основным критерием выбора и оценки: *«Как говорят, встречают по одежке, провожают по уму. <...> В первую секунду на меня человек по вещам впечатление производит».*

А уже потом, когда происходит более близкое знакомство, я могу понять, что этот человек просто на вещи не обращает внимания, ему все равно, как он одет, но первое впечатление я запомню.

И: А что в первую очередь замечаете? Что именно в вещах?

Р: Во-первых, соответствует это моде или нет. Потом – качество одежды и степень загрязненности».

• *Преобразование вещей (hand made, переделка).* Поскольку материализм предполагает **присвоение** вещей в практиках повседневной жизни и конструирование статусных сообщений на основе «предзаданных» (модой) значений, записанных в вещах, преобразования данный режим не предполагает. Вещь покупается готовой, содержащей необходимые значения и обладающей всеми «коммуникативными» свойствами: *«Мы этому тоже не приверженцы – шить одежду... в нашей семье никто не шьет, не вяжет, так что все покупается в магазинах... Раньше люди много шили, вязали. Сейчас это пережитком становится... Нужно успеть изучить компьютер, все эти новые технологии... Вязать – этим при какой-то дучине разве что заниматься. Такой прогресс, а ты сидишь со спицами... смотрится немножко смешно. Сейчас это все можно купить... Если не можешь купить в дорогом магазине, купи в более дешевом, не можешь в дешевом – можно в какой-то комиссионке купить, на барахолке. Короче, время на это сейчас редко кто тратит, мне кажется».*

Заключение

Построенная типология описывает различные режимы отношения к вещам и позволяет понять, каким образом в рамках различных режимов отношения к вещам (задаваемых осями «значения – применение») структурируются повседневные практики взаимодействия с вещами. Следует отметить, что описание значений вещей и способов их использования всегда строилось в контексте «ограниченности» потребления в советском обществе. Описанные режимы отношения к вещам формулировались как стратегии дистанцирования (освобождения) от «необходимости», заданной структурными условиями советского общества, и вербализовывались в терминах «раньше–сейчас».

При этом, несмотря на различия идеологии и структурных условий, различные режимы отношения к вещам, существующие сейчас, существовали и в советское время, однако не все были представлены в публичном пространстве. Материализм («вещизм»), описанный как присвоение вещей для реализации их символических свойств, существовал в советское время и в публичном дискурсе (в качестве «реального» врага). Альтернативные варианты прагматического отношения к вещам (например, эстетическое потребление) существовали вне рамок публичного дискурса, но структурировали повседневные практики взаимодействия с вещами.

Современная идеология, «освободив» прагматические значения вещей, сделала возможной реализацию не только «свободы в вещах» (материализма), но и альтернативных способов использования вещей в повседневной жизни. Возможности проявления индивидуальности посредством «игрового» манипулирования символами, а также аренды, создания, эксперимента позволяют реализовываться не только «свободе в вещах», но и «свободе от вещей», предоставляя как «материал» для производства значений, так и способы их повседневной реализации.

Престижная собственность и реальные достижения как признаки социальной успешности в современном российском обществе

О. Ечевская

Задача данного текста – оценить, каким образом восприятие вещей как символов социальной успешности различается на разных уровнях социальной иерархии. Иными словами, в статье на материалах количественного обследования показано, каким образом связаны «реальная» социальная структура и восприятие ее «символического воплощения»¹³⁷. Оценивается соотношение значимости престижной собственности (символов статуса) и реальных достижений (фактического статуса) в определении индивидами социальной успешности себя и других, а также различия в критериях успешности для представителей различных социальных слоев. Результаты, представляемые в тексте, получены на основе вторичного анализа количественных данных.

Контекст исследования

Традиционно потребление в социологии изучалось в контексте социальной структуры и рассматривалось преимущественно как следствие стратификации. «Стратификационный аргумент», предложенный Т. Вебленом в конце XIX в. применительно к потреблению в классовом обществе и утверждающий, что потребление является «зеркалом» социальной структуры и орудием «борьбы за статус»¹³⁸, и в настоящее время остается «влиятельным».

Безусловно, аргументация статусной обусловленности потребления существенно изменилась, как изменилась и логика организации социальной структуры. Так, «классовое общество» характеризовалось наличием четких критериев социальной стратификации и потребительские практики были в значительной мере привязаны к социальной иерархии, классовой структуре. В массовом обществе социальная структура становится более однородной, а потребительские практики – более разнообразными, что особенно касается растущего среднего слоя. В современных западных обществах фактически сформировалось общество потребления и осуществляется переход к «после-модерному» состоянию, «эпохе индивидуализма» (70-е гг. XX в.). В обществе «после модерна» вертикальные социальные

¹³⁷ При написании статьи использовались данные исследования «Россияне о судьбах России в XX и надеждах на XXI век», проведенного РНИСиНП по заказу фонда Эрберта в феврале-марте 2000 г. (квотная выборка, N = 2 054). Данные получены из Единого архива социологических данных при Независимом институте социальной политики.

¹³⁸ Веблен Т. Теория праздного класса. М.: Прогресс, 1984.

различия отходят на второй план, уступая место индивидуальным особенностям и «невертикальным» стилевым различиям.

Смена организации общества с классовой на «массовую» и даже гипотетическое становление «постмассового» общества нашли свое отражение не только в новых версиях стратификационной теории, но и в способах социологической концептуализации потребления. Объяснения дифференциации потребительских практик с позиции социальной стратификации становятся более сложными и разнообразными, но «ядром» большинства социологических теорий потребления до последнего времени оставалась та же основная идея – о связанности социального статуса и потребительского поведения.

Традиция, которая является наиболее влиятельной и в настоящее время, объясняет различия в потреблении при помощи категорий вкуса и классового хабитуса; идея была инициирована и развита «социологическим цехом» П. Бурдьё во Франции¹³⁹, далее продолжена А. Уордом в Англии¹⁴⁰, Т. Беннеттом в Австралии¹⁴¹, Д. Холтом в США¹⁴² и рядом других исследователей.

В то же время следует отметить, что дискуссии, представленные в литературе по социологии потребления последних лет, все больше сосредоточены на том, что статус как детерминанта потребительских практик утрачивает свою «значимость» в связи с все большей доступностью большинства товаров для основной части населения и «перестройкой» основ социальной организации (кризис модерна, глобализация, информационное общество и т. д.). Гипотеза о полном разрыве связи статуса и потребления пока не находит широкой поддержки, но аргумент об уменьшении роли социально-экономического статуса в формировании потребительских различий (при возрастающей роли «нестратификационных» оснований дифференциации) утверждается в социологической литературе как конвенциональная «истина». Такие дискуссии стимулируют смену «вектора» теоретического осмысления потребления в следующих направлениях:

- Изучение потребления не как последствия социального статуса, а «самого по себе», т. е. «*сущности*» потребления и текстов, которые соз-

¹³⁹ Bourdieu P. Distinction: social critique of the judgment of taste. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1984.

¹⁴⁰ Warde A. Consumption, food and taste. L.: Sage, 1997.

¹⁴¹ Bennett T., Emmisson M., Frow J. Accounting for tastes. Australian everyday cultures. Cambridge University Press, 1999.

¹⁴² Holt D. Does cultural capital structure American consumption? // J. of consumer research. Vol. 25. June. P. 1–15.

даются посредством потребления товаров (структуралистская и семиотическая традиции, например Р. Барт¹⁴³).

- Изучение *процессов* социального конструирования (а не структур потребительских стандартов) как самих практик потребления, так и социальной идентичности посредством структурирования практик потребления (например, Р. Белк¹⁴⁴, Х. Диттмар¹⁴⁵, Д. Холт¹⁴⁶).

- Изучение новых, «*нестратификационных*» оснований потребительских различий (на уровне индивида – «добровольная простота» (М. Ричинс, С. Доусон¹⁴⁷), материализм (Р. Белк, М. Ричинс, Х. Диттмар, Д. Холт), принудительное потребление и т. д. На уровне культуры изучаются различия в потребительских ценностях и установках между странами, становление постматериалистических культур и т. д. (Инглхарт Р. «Исследование мировых ценностей», Г. Гер, Р. Белк¹⁴⁸).

- Построение «*постмодернистских*» теорий потребления, утверждающих окончательный разрыв связи означающего (вещи) и означаемого (в нашем случае – социальные характеристики их обладателей), соответственно ставящих под сомнение правомерность любых «параллелей» социальных характеристик и потребления товаров (например, Ж. Бодрийяр¹⁴⁹).

Замысел исследования

Фокус данного исследования – на нестратификационных основаниях различий в потреблении и отношении к вещам, одним из которых, согласно большинству литературных источников, является материализм (материалистичность). В самом общем смысле материалистичность определяет

¹⁴³ Барт Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры. М., 2003.

¹⁴⁴ Belk R.W. Materialism: Trait aspects of living at the material world // J. of consumer research. Vol. 12. P. 265–279.

¹⁴⁵ Dittmar H. Social psychology of material possessions: to have is to be. Harvester Wheatsheaf, 1992.

¹⁴⁶ Holt D. Does cultural capital structure American consumption? // J. of consumer research. 1997. Vol. 25. P. 1–15.

¹⁴⁷ Richins M. L., Dawson S. A consumer values orientation for materialism and its measurement: scale development and validation // J. of consumer research. 1992. Vol. 19. P. 303–316.

¹⁴⁸ Ger G., Belk R. Cross-cultural differences in materialism // J. of economic psychology. 1996. Vol. 17. P. 55–77. Например, в данном исследовании делается попытка подтверждения или опровержения «гипотезы дефицита» (*scarcity hypothesis*), предполагающей, что материализм более свойствен странам «третьего мира», чувствующим острую относительную депривацию.

¹⁴⁹ Бодрийяр Ж. К критике политической экономии знака. М.: Библион. Рус. кн., 2003. 272 с.

ся как значимость вещей и собственности в качестве индикаторов успешности и источников уверенности.

В американской литературе широко представлены исследования, в основе которых лежат два основных способа измерения материализма как потребительской ориентации. В исторически первой традиции, которая ассоциируется с именем Рассела Белка, материализм понимается как совокупность личностных черт (*зависть* – состояние неудовлетворенности при наличии у другого превосходства в счастье, успехе, репутации или наличии определенных вещей, *собственничество* – стремление сохранять монопольный контроль над собственностью, нежелание брать что-либо взаймы или в аренду, склонность накапливать вещи), *скудость* – нежелание отдавать собственность или делиться ею с другими)¹⁵⁰.

Вторая традиция также определяет материализм как устойчивый измеримый конструкт, но представляющий собой определенный набор ценностей (*определение успеха через собственность* – склонность оценивать собственную успешность и успешность окружающих по объему и структуре аккумулированной собственности; *центральность приобретений в жизни человека* – потребительская активность как ключевой вид деятельности, структурирующей все остальные аспекты жизни; *поиск счастья через собственность* – здесь, условно говоря, предполагается, что вещи, а не социальные отношения способны сделать материалистичного человека счастливым)¹⁵¹.

Последние исследования, рассматривающие материализм как одно из оснований потребительских различий (например, Холт, 1997¹⁵²), показывают, что материализм более не ассоциируется однозначно с устойчивым набором личностных черт или ценностей. Материализм здесь определяется как «режим потребления», структурированный в соответствии со значениями (*meanings*), которые конструируются в потребительских практиках в контексте «статусной игры». В общем виде материализм как практика связывается с недостатком культурного капитала и определяется через «излишества», относительную «безграмотность», потребление не в соответствии с собственным статусом.

Соотношение материалистичности и социальной структуры обсуждается в ряде литературных источников, но однозначного ответа на вопрос о том, связана ли предрасположенность к организации повседневности на

¹⁵⁰ Belk R. W. Materialism: Trait aspects of living at the material world // J. of consumer research. 1985. Vol. 12. P. 265–279.

¹⁵¹ Richins M. L., Dawson S. A consumer values orientation for materialism and its measurement: scale development and validation // J. of consumer research. 1992. Vol. 19. P. 303–316.

¹⁵² Holt D. Does cultural capital structure American consumption? // J. of consumer research. 1997. Vol. 25. June. P. 1–15.

основе значимой собственности с социальной принадлежностью индивида, на настоящий момент не выработано. С одной стороны, привязанность к вещам может распространяться на любом уровне социальной иерархии (как утверждают ранние концепции материализма). С другой стороны, есть свидетельства того, что материалистические практики потребления (первичность собственности как маркера престижности в структурировании социальных взаимодействий) более свойственны носителям несимметричных комбинаций капиталов (высокий уровень экономического капитала при относительно низком уровне культурного) в терминах П. Бурдьё (Д. Холт, 1997).

В российской социологии изучение статусных различий потребительских практик осложняется, помимо перечисленных тенденций, еще и спецификой, наложенной советским периодом российской истории, что сказалось как на логике организации практик потребления, так и на их теоретическом осмыслении. В частности, советское время, характеризующееся дефицитом и планированием потребления и идеологией «антивещизма», пропагандой «умеренности», дискурсивной критикой «мещанства», привело к тому, что все практики «нефункционального» потребления вытеснялись из публичной сферы в приватную, оставаясь за рамками публичного дискурса, а также теоретического анализа.

Рассмотрение потребления, выходящего за рамки «удовлетворения базовых потребностей», встречается в некоторых текстах по дизайну и эстетике советского времени (К. Кантор¹⁵³, Т. Кармазина¹⁵⁴), но систематически представлено только в идеологических текстах (как элемент «несоциалистического образа жизни, синоним мещанства, индивидуализма и частнособственнической установки (Г. Зборовский¹⁵⁵ и др.)), а вопросы стратификации потребительских стандартов практически не рассматриваются.

В настоящее время наблюдается рост исследовательского интереса к повседневной жизни советских людей, в частности к организации быта и потребления в советском обществе (С. Бойм¹⁵⁶, И. Утехин¹⁵⁷, О. Гурова¹⁵⁸ и др.). Из современных (преимущественно культурологических) описаний следует, что, несмотря на идеологические и структурные ограничения,

¹⁵³ Кантор К. Красота и польза. М.: Искусство, 1963.

¹⁵⁴ Кармазина Т. Человек среди вещей. Минск: Наука и техника, 1987.

¹⁵⁵ Зборовский Г. Образ жизни классов и социальных групп советского общества: сходство и различия. М.: Знание, 1987.

¹⁵⁶ Бойм С. Общие места. М.: Новое лит. обозрение, 2002.

¹⁵⁷ Утехин И. Очерки коммунального быта. М.: ОГИ, 2004.

¹⁵⁸ Цит. по: Гурова О. Бытовые вещи в советской культуре, 1970-е годы. [online] // Межрегиональные исследования в общественных науках. [Обращение к документу: 30 октября 2004]. Доступ через www.iriss.ru/attach_download?object_id=000150070125&attach_id=000245.

практики «нефункционального» потребления существовали в советском обществе на протяжении всей его истории и альтернатив «официальному» аскетизму было много, даже во времена особенно ожесточенной борьбы с «мещанством»¹⁵⁹.

Следует также отметить, что идеологическая и «реальная» борьба с мещанством в советском обществе зачастую превращалась в борьбу с *мещанками*: война, объявленная «слоникам», «коврикам» и «желтым канарейкам» на деле оказывалась войной против определенной социальной группы, что вновь возвращает исследователей к стратификационному аргументу: потребление привязано к позиции в социальной структуре (мелкая буржуазия, «мещане»)¹⁶⁰.

В общем, вопрос о том, как связана социальная принадлежность с привязанностью к вещам, остается открытым. С одной стороны, все люди материалистичны в той или иной степени. С другой стороны, определенные социальные группы более склонны оценивать себя и других по располагаемой собственности. Гипотеза о связанности материалистичности и социального статуса проверялась нами на основе анализа количественных данных.

Методология и метод

Методология, которая легла в основу исследования, предполагает определение социального статуса на основе располагаемых капиталов и их комбинаций (в традиции П. Бурдьё); материалистичность определяется как значимость собственности в определении успешности (здесь в логике, предложенной Д. Холтом (1997), собственность является *ключевым* источником информации о социальной успешности).

Эмпирической основой исследования являются материалы исследования «Россияне о судьбах России в XX в. и надеждах на XXI в.», проведенного РНИСНИП в 2000 г. (всероссийское обследование по квотной выборке, N = 2 054 человека).

В качестве индикатора материалистичности использовалось утверждение о значимости престижной собственности как индикатора социальной успешности (см. полный список индикаторов успешности в прил. 6).

Основной вопрос исследования: как соотносятся наличие реальных достижений («реального статуса») и обладание набором статусных символов («символизируемого статуса») при определении успешности себя и других представителями различных социальных групп в современном российском обществе? Ответ на этот вопрос предполагает, во-первых, построение типологии признаков успешности (с учетом реальных достиже-

¹⁵⁹ Бойм С. Общие места. М.: Новое лит. обозрение, 2002. С. 92.

¹⁶⁰ Там же.

ний и престижной собственности), и, во-вторых, «нанесение» построенных типов на карту социальной структуры общества.

Метод построения типологии «признаков успешности» – факторный анализ на основе главных компонент.

Социальная структура задавалась не как состоящая из набора групп, выделенных по совокупности характеристик, а как двумерное пространство, заданное осями экономического капитала (доход) и культурного капитала (образование).

Поскольку сбор информации осуществлялся по квотной выборке, нет достаточных оснований для формулировки вероятностных статистических закономерностей; выводы исследования скорее имеют характер обоснованных гипотез и обозначают «общие тенденции».

При помощи процедуры факторного анализа ответов на вопрос: «Жизненный успех: что бы Вы включили в это понятие в первую очередь?» (в модель включалось 16 признаков) – было выделено восемь факторов (процент объясненной дисперсии – 62,9%). Полный список полученных факторов приведен в прил. 6.

Для анализа в данном исследовании были взяты два «обобщенных признака успешности», адекватных задачам данного исследования.

Обобщенные признаки успешности*	«Реальные достижения»	Материализм
Богатство	0,73	–
Уважение окружающих	–0,19	0,28
Наличие семьи и детей	0,12	–0,68
Интересная работа	–0,23	
Возможность быть хозяином самому себе	–	–
Быть первым во всем, что кажется важным	–	–0,18
Высокая должность	0,46	
Победа над врагами		0,21
Обладание властью	0,49	0,31
Яркие жизненные впечатления	–	–
Наличие престижной собственности	0,17	0,58
Достижение известности, популярности	–	0,25
Наличие надежных друзей	–	0,12
Честно прожитая жизнь	–0,41	–0,15
возможность жить не хуже других	–0,11	–

*Факторная модель построена на основе ответов на вопрос «Жизненный успех: что бы Вы вложили в это понятие в первую очередь?»

Методом главных компонент с вращением факторов VARIMAX выделено восемь факторов, объясняющих 62,9 % дисперсии. «Пороговая» нагрузка при интерпретации факторов – 0,4.

Первый вывод, который можно сделать, глядя на результаты факторного анализа, состоит в том, что наличие престижной собственности является отдельным признаком, напрямую не связанным с наличием других «достижений». Этот фактор для удобства был назван «материализм». Примечательно, что с большой отрицательной нагрузкой в этот фактор входит «наличие семьи и детей» – довод в пользу «индивидуалистской» критики материалистичности.

Фактор «реальных достижений» (включающий богатство, профессиональный рост и обладание властью) ортогонален «материализму» (построенные переменные независимы по условию, заложенному в методе главных компонент) и предполагает значимость наличия «реальных достижений» как индикатора жизненной успешности. Название «реальные достижения» отнюдь не означает «нереальности» престижной собственности, скорее здесь следует вести речь о том, действительно ли человек чего-то достиг, либо достаточно того, что он / она демонстрирует наличие собственности без необходимости ее «подтверждения».

Таким образом, можно говорить о том, что в принципе наличие престижной собственности может являться индикатором успешности независимо от наличия реальных достижений.

Далее для оценки соотношения данных групп показателей социальной успешности на разных уровнях социальной иерархии было проведено сравнение средних значений факторов в группах по доходу и образованию.

Было выявлено, что значимость как реального, так и «символического» статуса возрастает по мере роста доходов (профили распределений сходны, рис. 1). Иными словами, с ростом дохода растет как значимость реальных достижений, так и важность собственности – символического «подтверждения» жизненного успеха.

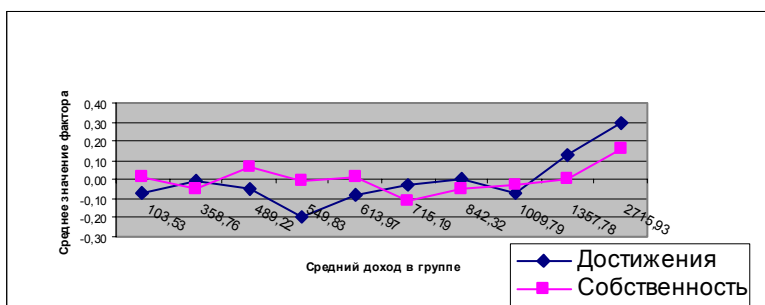


Рис. 1. Значимость собственности и реальных достижений для различных доходных групп

Значимость реальных достижений как индикаторов успешности растет также и с ростом уровня образования, но собственность как индикатор успешности, напротив, имеет меньшую значимость для людей с более высоким уровнем образования (профили распределений практически «зеркальны», рис. 2).

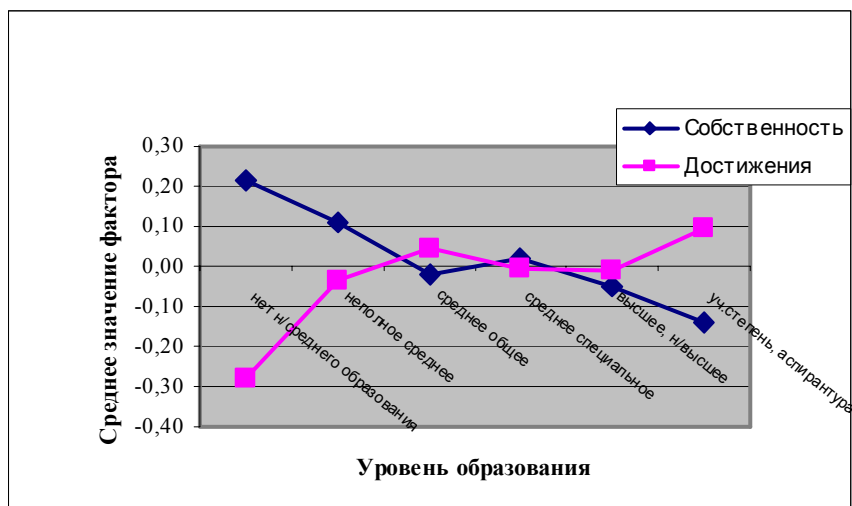


Рис. 2. Значимость собственности и реальных достижений в зависимости от уровня образования

Таким образом, можно говорить о том, что на используемых данных проявляется следующая тенденция: с ростом дохода возрастает значимость «достижительных» индикаторов успешности, причем более важными становятся как реальные достижения, так и их воплощение в символической собственности. Соответственно чем ниже уровень дохода, тем менее значимы рассматриваемые признаки успешности.

В случае с уровнем образования ситуация несимметрична: с ростом уровня образования растет значимость реальных достижений и одновременно падает значимость символической собственности как индикатора жизненного успеха. И наоборот, для людей с низким образованием наличие символической собственности существенно важнее при одновременной не-значимости «подтверждений» наличия собственности реальными достижениями.

Таким образом, осознавая множественность возможных интерпретаций полученных результатов, можно предложить интерпретацию результатов анализа в терминах основного вопроса данного исследования. Сформулируем гипотезу о том, что значимость престижной собственности как сви-

детельства социальной успешности неодинакова для носителей различных комбинаций экономического и культурного капиталов. На имеющихся данных были выявлены закономерности, сходные с зафиксированными ранее в исследованиях потребления в американском обществе: собственность как индикатор успешности значима для людей с относительно низким уровнем культурного капитала.

Сформулируем еще одну, несколько более «смелую» гипотезу: социальный статус дифференцирует не столько значимость собственности как *индикатора успешности*, сколько необходимость подтверждения «обоснованности ее наличия». Иными словами, представители различных социальных слоев могут «считывать» успешность по собственности, но важность реальных достижений, «дающих право» на эту собственность, на разных уровнях социальной иерархии неодинакова.

Так, более состоятельные люди придают большее значение собственности как индикатору успешности, чем индивиды с относительно низкими уровнями доходов, но значимость реального продвижения по социальной лестнице как свидетельства успешности для них также высока (чем больше объем экономического капитала, тем выше значимость как реального, так и демонстрируемого статуса).

Более образованные люди, напротив, склонны оценивать собственность как индикатор успешности ниже, чем менее образованные респонденты, при этом придавая высокую значимость реальным достижениям как критериям социальной успешности. Иными словами, чем выше уровень образования, тем выше значимость «подкрепленности» демонстрируемого статуса реальными достижениями.

Результаты проведенного исследования позволяют предположить, что в современном российском обществе собственность как критерий социальной успешности (безотносительно реальных достижений), вероятно, более значима для носителей несимметричных комбинаций экономического и культурного капиталов (относительно высокие доходы при относительно низком образовании). Носители симметричных комбинаций (высокий доход и высокое образование) также считают статусные сообщения, записанные в престижной собственности, но простого наличия собственности для них недостаточно: для определения успешности необходимы реальные достижения, дающие право на обладание престижной собственностью.