

Научная статья

УДК 130.2

doi: 10.17223/1998863X/83/9

«МОДНАЯ ВЕЩЬ» КАК ПЕРСОНАЖ ОБЪЕКТНО-ОРИЕНТИРОВАННОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОНТОЛОГИИ: НА ПУТИ К «ДРУГОМУ» ОБЩЕСТВУ ПОТРЕБЛЕНИЯ

Валерия Владимировна Петренко

*Национальный исследовательский Томский государственный университет, Томск, Россия,
vptomsk@mail.ru*

Аннотация. На примере социально-философской рецепции моды, исходя из методологической оптики объектно-ориентированной философии, предпринята попытка выработать представление о «модных вещах» как о самостоятельной региональной онтологии социального. В парадигме consumption studies обсуждается возможность тематизации социальности посредством описания горизонтальных социальных связей в условиях современного потребления, где модная вещь наделена специфической субъектностью и предстает как универсальный агент сетевого социального пространства.

Ключевые слова: вещь, «модная вещь», потребление, объектно-ориентированная онтология, эстетическое

Для цитирования: Петренко В.В. «Модная вещь» как персонаж объектно-ориентированной социальной онтологии: на пути к «другому» обществу потребления // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2025. № 83. С.88–102. doi: 10.17223/1998863X/83/9

Original article

“FASHIONABLE THING” AS A CHARACTER OF OBJECT-ORIENTED SOCIAL ONTOLOGY: ON THE WAY TO A “DIFFERENT” CONSUMER SOCIETY

Valeriya V. Petrenko

National research Tomsk State University, Tomsk, Russian Federation, vptomsk@mail.ru

Abstract. The article, based on the optics of object-oriented philosophy, attempts to present a “fashionable thing” as a unit of regional ontology of the social. In the paradigm of consumption studies, sociality is discussed through the description of horizontal social connections characteristic of modern consumer society, where a fashionable thing is endowed with a specific subjectivity and appears as a universal agent of the networked social space. The collapse of traditional ontologies was marked by a new ontological turn. A course was taken to conceptualize “another sociality” as an expression of the counter-traditional dimension of the “social object”, to reject the subject–object epistemological confrontation. As for the instance of “thing”, this concept is used by a variety of discourses. Ontological and epistemological narratives use the concept of “thing” in a variety of meanings. However, the entire post-Kantian metaphysics of objectivity and thinghood tells us about the tyranny of the subject and assigns things a subordinate role. The appeal to the phenomenon of consumption raises the question of its being set in motion by things in all their original materiality, since a fashionable thing has an internal motivating impulse. A fashionable

thing, by its very presence, pushes the subject to certain actions. It serves as a trigger for a clearly focused choice and goal-oriented action. Of course, things appear as “fashionable” only within a special form of sociality and only from a special angle of view on this sociality. The framing of fashionable practice makes it a kind of a universal challenge. The world of fashionable things, the whole meaning of whose existence lies in the fact that they endlessly replace one another, constitutes the subject itself. This circumstance turns us to the motive of *performativity* in reasoning about a fashionable thing as an indispensable agent of modern social space, which is adjacent to the human subject and is organized, like fashion, in a networked manner.

Keywords: thing, “fashion thing”, consumption, object-oriented ontology, aesthetic

For citation: Petrenko, V.V. (2025) Fashionable thing as a character of object-oriented social ontology: on the way to a “different” consumer society. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya – Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science*. 83. pp. 88–102. (In Russian). doi: 10.17223/1998863X/83/9

Могут ли быть у вещей, как у животных и растений, свои неотчуждаемые права? Имеет ли велосипед право на то, чтобы ему не совали палки в колеса, а сметана – на то, чтобы ее хранили в холодильнике? С развитием интернета вещей идеология «онтокорректности» (ontocorrectness) становится все более осуществимой.

М. Эпштейн

Социальная онтология и социальная эпистемология, принадлежащие новой – антифундаменталистской, антиэссенциалистской – парадигме, все решительнее выдвигаются на авансцену современного социально-философского интереса, который обслуживает центральное направление актуальной философской мысли, противящейся любой генерализации. Именно последняя спровоцировала кризис предметности в области социальных наук (то, что В.М. Розин называет «распредмечиванием (деконструкцией) социальных понятий и реальности» [1. С. 46], подчеркивая, что «старые оппозиции и типологии наук перестают работать, складываются новые: кардинально меняется понятие социального» [1. С. 46]). Крах традиционных онтологий, возвестивший «смерть социального», должен быть уравновешен новым онтологическим поворотом, чувствительным к метафизике общественного бытия, исходя из «другого начала». К настоящему моменту «мыслить социально-теоретически» в противовес «мыслить социологически» (Э. Гидденс, Ф. Саттон) – это, в большой мере, выбрать привилегированным предметом интереса саму природу социального, избегая соблазна поставить ее в зависимость от сущностей субстанциалистского толка в их классическом истолковании, что, однако, не умаляет ценности собственно онтологического вопрошания по адресу статуса присутствия как «социальности вообще», так и важнейших ее конституентов. Курс на концептуализацию «другой социальности» как выражение контр-традиционного измерения «социального объекта» и порядка устройства социального мира, в принципе на преодоление классической субстанциалистской логики, а также отказ от субъект-объектного эпистемологического противостояния отличают взгляды большинства теоретиков из лагеря вчерашних философов науки, представителей классической эпистемологии, философской антропологии, теории искусственного интеллекта, философской футурологии, эстетики и т.д. Притяже-

ние новых – социально-философских – тематизаций испытали философы языка, философы сознания и культуры, в особенности те из них, кому не чужд общественный и политический темперамент. Бытует мнение, что к настоящему моменту социально-философская проблематика не уступает базовым философским нарративам и, в свою очередь, сама претендует на статус пан- и метафилософского знания (см., например, [2]). Как справедливо отмечает Н.А. Терещенко, «на роль пандисциплины претендует, как правило, наука или область философствования, которая в наибольшей степени столкнулась с кризисными явлениями» [2. С. 14].

Вопрос о «безосновной онтологии» ставится и решается в логике «ирредукционизма» и «реонтологизации объекта» (см., например, [3]). Опираясь на важные в методологическом отношении интуиции авторства М. Деланды, К. Лефора, М. Кастельса, Ш. Муфф, Дж. Паркера, Ж. Рансьера, Дж. Серля, Р. Хойслинга, представители отечественной социально-философской мысли приходят к резюмирующему заключению: «Отказ от основания во всех его формах – абсолюта, причины, сущности, идеи и т.п. – влечет за собой аксиоматический постулат о множественности сущего, т.е. аксиоматизацию множественности... Все объекты рассматриваются в качестве множеств... Чтобы сохранить онтологический статус этих объектов, требуется реонтологизация объектов, которая наделяет каждое сущее одинаковым (думается, все же «одинаково значимым». – В.П.) онтологическим статусом, постулирует безусловное равенство объектов без общей меры или критерия сопоставления или сравнения...» [4. С. 11].

Создатель объектно-ориентированной философии (ООФ), а с некоторых пор и объектно-ориентированной – имматериалистической – социальной теории Г. Харман, вступая в полемику с автором акторно-сетевой теории, открытым сторонником «интеробъективизма» Б. Латуром, чуть позже – с Л. Брайантом и «новым материализмом» в лице Б. Массуми и Д. Харауэй, справедливо пишет: «В конечном счете, хорошая теория должна проводить различия между разными видами того, что существует» [5. С. 11]. Другими словами, онтологический статус социального объекта – первое, о чем следует задуматься социальному теоретику. Он теперь отдает должное тем «пробъектным интуициям», которым мы обязаны общему антиконструктивистскому пафосу внутри современной философии начиная со спекулятивного реализма К. Мейясу. Беря на вооружение идею объект-центричного, в том числе социального мира, Г. Харман указывает на ряд продуктивных для социально-теоретической интроспекции констатаций, идущих вразрез с традиционным пониманием общества. Таким, где общество мыслится как обособленная сущность, обладающая классическими признаками целостности и надындивидуальной значимости, которой было принято приписывать исключительно человеческий деятельностный характер (если речь и шла об «объектной» стороне дела, то последняя понималась как инструментальное подспорье для человеческой – исключительно «субъектной» – активности). Такого рода интуициям все чаще уделяют внимание и специалисты смежных с социальной теорией областей философского знания – культурологи, социальные антропологи, представители философской герменевтики (см., например, [6–8]).

К эвристичным, по мнению Г. Хармана, новейшим идеям в области онтологического вопрошания по адресу социальной реальности следует отнести два обстоятельства: во-первых, тезис о том, что инстанция «практического» (оно же, как правило, «объективное») «опосредует отношения» между людьми (в этом пункте нетрудно разглядеть отсыл к классической – в духе исторического материализма – трактовке праксиса как «объективации» и «опредмечивания» все той же деятельности общественного субъекта, покоящейся на регулярности и повторяемости), и, во-вторых, что по-новому трактуемая субъектность (в терминологии Г. Хармана, «нечеловеческая агентность», что должно подчеркнуть ее эксклюзивный и где-то экзотический характер) может быть отнесена на счет самих этих «объектов», в той мере, в какой они втянуты в сферу нашей активности и часто направляют эту активность [5. С. 13]. Примечательно, что Г. Харман, отчаянно сопротивляющийся причислению его к какой бы то ни было философской традиции, включая 1) новый аристотелизм, 2) новую монадологию, 3) вынесенную за скобки самим автором метафорику «вещи-в-себе», равно как и 4) гуссерлевскую и хайдеггеровскую интуиции интенциональности и присутствия, а также 5) прямые аллюзии на приоритет «новой материальности», тем не менее открыто декларирует сократовский и платоновский тезис об эстетике как первой философии. Обоснованию своей позиции Г. Харман посвящает целую главу в работе «Объектно-ориентированная онтология: новая „теория всего“, назвав ее «Эстетика – корень всякой философии». Особое внимание он уделяет феномену эстетического опыта: «Эстетический опыт принципиален для объектно-ориентированной онтологии как форма небуквального доступа к объекту. Он случается, когда чувственные качества перестают принадлежать своему обычному чувственному объекту. Но вместо этого переходят на реальный объект, неизбежно изымаемый из всякого доступа. По этой причине исчезнувший реальный объект замещается самим эстетическим наблюдателем как новым реальным объектом, поддерживающим чувственные качества. Следовательно, мы можем говорить о неизбежной театральности эстетического опыта...» [9. С. 223]. Таким образом, а) «вещное» («объектное» как принадлежащее онтологии), б) «практическое», в) «активное» (субъектное), г) «эстетическое» и даже д) «театральное» обнаруживают себя в некой общей конфигурации, в одном дискурсивном поле. Однако все эти сущности не изобретены отцами-основателями ООФ. Каждая из них плотно дискурсивно нагружена. Их соединение в едином концептуальном пространстве требует дополнительного усилия для прояснения того методологического режима, который позволит критически описать данную концептуальную схему. Последнее, справедливости ради, не входит в задачу авторов объектно-ориентированной философии. Напротив, это вполне самостоятельная и даже насущная задача для тех, кто намерен использовать объектно-ориентированную теоретическую схему и выстроенную на ее основе методологическую оптику для постановки и достижения собственных региональных философских целей и описания конкретных философских предметностей.

Так, уже в ранних работах конца 60-х – начала 70-х гг. прошлого века («Система вещей» (1968) и «Общество потребления» (1970) диагност собственного времени и леворадикальный критик западной цивилизационной матрицы Ж. Бодрийяр угадал, какое значение на наших глазах приобретает

то, что мы близоруко продолжаем именовать «вещью», упорствуя в констатации привычного зазора между «человеческим» (субъектным) и «нечеловеческим» (объектным), т.е. не желая видеть очевидного – «вещь» перестала быть вещью в удобном для нас диспозитивном природном, пространственно-временном, зависимом расположении. Ее статус – способ бытийствования, ее ноуменальное и акцидентальное, ее «подручно-наличное» – вдруг стал демонстрировать нечто вроде вертиго, сообщая потреблению качества чудотворности и головокружительности, о чем нам поведал сам Ж. Бодрийяр в части I «Общества потребления», названной «Торжество предметных форм»: «Люди в обществе избытка окружены не столько, как это было во все времена, другими людьми, сколько объектами потребления» [10. С. 9]. Этой риторике Ж. Бодрийяр будет придерживаться неукоснительно: «Мы переживаем время вещей: я хочу сказать, что мы живем в их ритме и в соответствии с их непрерывной последовательностью» [9. С. 10].

Разумеется, Ж. Бодрийяр, а до него Р. Барт сосредоточили максимум внимания на семиотической стороне дела. Строго говоря, если здесь и есть какой-то «объект», то в первую очередь интенциональный. Именно поэтому при описании «обществ Роста» Ж. Бодрийяру так естественно даются риторические упражнения подобного рода: «Речь идет... о частной и коллективной потребительской ментальности... Богатство, «изобилие» является в действительности только накоплением знаков счастья» [10. С. 19–20]. И далее: «...теперь в него (общество. – *В.П.*) включается система потребления, которая является системой манипуляции знаками... Все больше и больше фундаментальных форм деятельности наших современных обществ дают место логике знаков, предстают в рамках анализа кодов и символических систем...» [10. С. 22]. Примечательно, что эти кодирующие системы – пресловутые «империи знаков» (Р. Барт) – более ничего не кодируют, не служат индикаторами чего-то еще, демонстрируя принципиальную нейтральность и недифференцированность в отношении еще какой-то онтологической данности. Косвенным тому подтверждением служит тезис о бесконечности самого процесса потребления, т.е. об отсутствии каких бы то ни было пределов в совокупной работе потребленческого фантазма и неконтролируемой экспансии «символического» вещей, предназначенных в потребление.

В других своих работах, наследующих той же логике, Ж. Бодрийяр выходит к понятию симулякра, ставшему визитной карточкой французского философа. Рассуждая о симуляционном характере чего бы то ни было, постструктурализм наследует гуссерлевской идее интенциональности. Правда, призыв «Назад, к самим вещам» в случае постмодернистской двойной инверсии оборачивается кружением в реальности, демонстрирующей, по всем признакам, не только символический, но и материальный характер, при том, что эта материальность имеет отношение к предметности специфического толка – речь идет исключительно о горизонте дискурсивного и «означающего». Тот объект, с которым имеет дело бодрийяровский нарратив, – это замкнутая на себя вселенная особого языка презентации и репрезентации субъекта, кто бы или что бы ни выступало под маской последнего. В этом субъекте, действительно, осталось немного от его собственного – сознательного и волевого – присутствия. Его, действительно, подхватывают, несут и «образуют» языки и дискурсы, которые он давно не выбирает, в которые он встроен и которым

идеологически подчинен. Однако и «вещи» в исконном, простодушном смысле этого слова здесь отсутствуют. Их также подменили симулякры, притворившиеся вещами, в сущности, это материальные события сложных языковых описаний. «Вещное» как формально-знаковое, окончательно выхолодившее собственное содержание, – вот единственная реальность настоящего, подтолкнувшая Ж. Бодрийера засвидетельствовать в том числе «смерть социального».

Надо признать, что инстанция «вещи» в европейском понятийно-категориальном инструментарии теоретически сверхвалентна. Этим понятием оперируют онтология, теория познания, натурфилософия, метафизика, логика, этика и эстетика, философия языка, социальная философия. Причем и онтологический, и эпистемологический нарратив – как вездесущие – задействуют понятие «вещь» во множестве значений. Опуская тонкие дистинкции между «вещью» и «предметом», «вещью» и «объектом», можно свести это многообразие значений к следующим наиболее показательным. «Вещь» понимают: а) как нечто, помещенное в природный, пространственно-временной континуум: в декорациях протяженности и временения; б) как нечто абсолютно противостоящее субъекту знания и познания, т.е. выступающее идеальным объектом приложения познавательного усилия; в) как средоточие-носитель свойств, признаков, качеств предмета; г) как «подлежащее» в логическом и лингвистическом смысле, т.е. становящееся субъектом высказывания, которое следует наделить предикатом, и, наконец, д) как нечто «сделанное», «произведенное» либо «пущенное в оборот», т.е. буквально отмеченное присутствием человека (именно в таком контексте фигурирует и от этого значения отталкивается понятие *модной вещи*, выступающее сюжетом данного рассмотрения). В любом случае вещь принадлежит региону сущего (онтического) в не меньшей степени, чем собственно бытию. Ее классические концептуализации легче всего проследить в логике эмпирического и рационалистического трансцендентализма: будь то *res extensa*, или *res cogitas*, рядом с этим «нечто» всегда обнаруживает себя «некто», благодаря которому вещь впервые заявляет о себе как «что-то» вполне определенное, отдельное и до некоторой степени самостоятельное.

Упрочил респектабельность понятия «вещь» новейший онтологический разворот западного метафизического и постметафизического мышления, имевший место на рубеже XIX–XX вв. и продолженный в XXI в. И он же установил новые барьеры на путях доступа к Вещи как таковой. Хотя к настоящему времени индекс цитирования понятия «вещь» взлетел на необыкновенную высоту, мы вынуждены констатировать именно онтологическое истощение этой категории.

В работе 1936 г. «Воображение» Ж.-П. Сартр еще описывает Вещь как «такую инертную форму, которая внеположена всякой сознательной активности и которую следует наблюдать, постепенно узнавая...» [11. С. 100]. Кроме того, он приписывает вещам качество инертности как конститутивное и определяющее: «...лишь в силу своей инертности вещи, ускользая, не признают над собой господства сознания; и именно инертность спасает вещи, сохраняя их автономию» [11. С. 100]. Здесь пока слышен отголосок классического (аристотелевского/гегелевского/марксистского) толкования «вещного» как самоочевидного и аподиктически-первичного, что, безусловно, способ-

ствуует налаживанию практических и эпистемологических связей человека-субъекта с миром. Нечто подобное можно найти в позднемарксистской трактовке горизонта «вещности» в работе 1963 г. «Вещи, свойства и отношения» авторства А.И. Уёмова, советского логика и методолога науки, создателя концепции эмпирического реализма [12].

Однако экскурс в дальнейшую историю мысли явственно показывает всю тщетность предпринятого М. Хайдеггером революционного усилия, наследником которого, в нашем случае, выступает Ж.-П. Сартр – переломить тот последовательно субъективистский крен всей европейской метафизики, что раз и навсегда расправился с миром «вещей-для-себя». И вполне ожидаемо в работе «Вопрос о вещи. Опыты по аналитической антропологии» В.А. Подорога подводит горький итог: «Сегодня вещь в том виде, в каком она могла быть вещью, чем-то особенным и автономным, наделенным „своими“ качествами, больше не существует. Вещь, с которой мы встречаемся и которую хотим присвоить, уже сделана... главное – вещь находится в паутине наших интенциональных переживаний» [13. С. 13–15]. Правда, русский мыслитель, желая спасти хайдеггеровский пафос «вещного» как подлинного, вслед за М. Хайдеггером размещает инстанцию вещи в горизонте эстетики, понимая под последней и философию художественного, и особую перцептивную оптику: «Истинным убежищем Вещи и вещей остается искусство. Там и только там вещи еще наделяются неприкосновенностью, аурой, погружаются в атмосферу, только там они вдруг оживают и становятся самыми близкими и самыми страшными, несущими радость и наслаждение, но и смертельную опасность (под взглядом Другого)» [13. С. 13]. Ожидаемым продолжением предложенной перспективы стала попытка сообщить вещам объем за счет разного рода семиотических и культурологических концептуализаций, в частности за счет снижения доли «инструментализации» в трактовке вещи и придания ей веса путем наделения вещей их собственной философией, как это, например, имеет место в философии дизайна.

Так, автор монографии «Вещь, форма, стиль» Т. Быстрова, задавшись вопросом, каковы философские основания дизайна, пишет: «На эти вопросы позволяет ответить исследование феномена вещи. Она трактуется в работе как освоенный и полисемантический продукт, посредством которого происходит синхронное и диахронное общение людей. Эта трактовка лишает предметный мир хаотичности и обездушенности, превращая дизайн в гуманизирующую эстетическую деятельность» [14. С. 9].

В похожей перспективе рассуждает Э. Росторн, дизайн-критик и колумнист *The NY Times*, автор книги с говорящим названием «Дизайн как отношение». Сосредоточившись на понятии «отношенческого» (или, в ее же выразительной терминологии, «идейного») дизайна, Э. Росторн описала его как продолжение политик социального неравнодушия: «Во всех его многообразных обликах дизайн всегда играл роль агента преобразований, который интерпретирует изменения (сдвиги) любого рода: социальные, экономические, научные, технологические, культурные, экологические – какие угодно, чтобы в конечном итоге гарантировать, что они будут влиять на нас позитивно, а не негативно» [15. С. 14]. То есть нам предлагают все тот же субъект-объектный взгляд на предметно-вещную реальность, проводником которого привычно выступает человек в своей активной (здесь – творческой) ипостаси. Теперь он

сознательно озабочен видимым подобием легитимности, неслучайности тех сущностей, которые, при созидании нового мира, без его (человека) одухотворяющего присутствия, так и пребывали бы в статусе «хаотичности» и «обездушенности». Разумеется, ничего неожиданного в выборе подобной и схожих с ней методологий нет. Вся посткантовская метафизика предметности и вещиности как втянутых в орбиту человеческого опыта, и онтологически и эпистемологически от него зависящая, подталкивает нас к мысли о первичности деятельного либо смыслополагающего жеста, инициатором которого выступает именно субъект. И именно тирания субъекта отводит вещам важную, но подчиненную роль проводников наших желаний.

Думается, эта общая постановка вопроса не требует радикальной замены. Достаточно эвристичной для очерченного круга тематизаций, а именно представления о «модных вещах» как о самостоятельной региональной онтологии социального, выглядело бы даже незначительное, но четко сфокусированное *смещение* оптики в непривычном для означенных методологий направлении, в нашем случае – в направлении объект-ориентированной теоретической схемы описания мира «модных вещей».

Если обратиться к феномену потребления и связанным с ним дериватам как эффектам потребительской активности, они попали в фокус исследовательского интереса достаточно давно. Кроме строго экономического, горизонт «потребительского» и «потребленческого» расширился до социологических, культурологических и собственно философских репрезентаций благодаря остроумной работе Т. Веблена, столетие которой мы отметили четверть века назад. В своем трактате «Теория праздного класса» (1899) Т. Веблен оказался по-настоящему эвристичен при дискурсивном представлении новейших общественных трендов в области не столько производства и обмена, сколько потребительской активности участников рынка предметов роскоши, потребительная стоимость которых заметно уступала их меновой и символической стоимости. Понятно, что уже у Т. Веблена речь идет о феномене, превосходящем так называемое базовое потребление и даже функциональное потребление (направленных на выживание, удовлетворение потребностей *sine qua non* и на поддержание удовлетворительного жизненного уровня). Заметным образом, демонстративное потребление не коррелирует напрямую с такого рода потребностями и не служит их удовлетворению. Тот способ потребления, который описывает Т. Веблен, носит интерактивный и интересубъективный характер, поскольку его адресатом выступает не сам субъект, а другие люди. Он как будто потребляет для них, тем самым маркируя себя как достойного участника обмена и, как правило, стремясь занять более высокую ступень в общественной иерархии. Выбор в пользу коньюмеристского образа жизни оказывается единственно возможным для субъекта, который *de facto* потребляет не отдельные вещи, а соответствующий образ жизни, заслуживший статус респектабельности в глазах данного сообщества. Но чем фундирован этот образ жизни, кроме артикулированного *modus-a-operandi* в области поведенческих паттернов и ценностных предпочтений? Т. Веблен, вполне в духе поздней антикапиталистической риторики Ж. Бодрийяра, видит основание соответствующей формы социальности в иерархиях символического порядка.

Для нас важно, что Т. Веблен известен как один из первых теоретиков, отметившихся выдвижением феномена *моды* на авансцену серьезного социологического исследования. Его теория «просачивания» вскрывает механизмы продвижения и апроприации модного образца. Он фактически концептуализирует понятие моды, трактуя его как сумму не только эстетических и стилистических установок. Он подчеркивает жизнемирный характер в понимании природы моды, что ставит его в один ряд с феноменологическим подходом к моде Г. Зиммеля. Вводя же понятие *демонстративного потребления*, Т. Веблен концентрируется на таких общественных институциях как: а) досуговое (по преимуществу праздное) времяпрепровождение; б) денежная культура, денежный уровень жизни и денежный канон вкуса; в) разумеется, *мода* как следование – в рамках той же денежной культуры – вполне предсказуемому паттерну поведения и выбора. (Любопытно, что Т. Веблен вносит в число указанных социальных институтов и г) высшее образование. Таким образом, Т. Веблен делает последнее еще одним инструментом воспроизводства социального порядка, фактически предвосхищая мысль П. Бурдьё о поддержании политической и культурной асимметрии посредством демонстративного потребления знания и, тем самым, упрочивания идеологических нарративов в пользу власть предержащих.) Сам смысл демонстративного потребления – в фигуре *различания*, самой по себе фигуре неклассического способа репрезентации (и для Г. Зиммеля, и для Т. Веблена приобретшей характер социального и даже классового различия). Как верно отмечает Е. Васильева, позиции Т. Веблена и Г. Зиммеля совпадают в том отношении, что «мода построена не столько на подражании, сколько на различии – на преодолении границы и одновременно установлении несоответствия... Смысл этого принципа – в регламентации системы несовпадений и в определении того, где, как и по каким критериям оно может быть установлено, в понимании форм, которые могут стать элементом разделения или соединения... По сути, феномен демонстративного потребления Веблен и называет модой... Вещи в этой системе – идентификатор принадлежности» [16. С. 44–46]. В известном смысле, демонстративное потребление у Т. Веблена задолго до структуралистов носит знаковый характер и артикулирует горизонт символического и горизонт идеологии.

Такой – позднепозитивистский – взгляд на структурное перераспределение значимости экономических составляющих рынка модных товаров стал продолжением марксистской критики капитализма и, в меняющихся обстоятельствах, придал видимый импульс критической составляющей социальной теории вообще. Он позволил взглянуть под новым углом зрения на специфические эффекты капиталистического производства и перепроизводства. Уже здесь латентно был поставлен вопрос об имманентной логике капиталистического «вещного приращения» и седиментации последнего в сознании субъектов-агентов капиталистического способа производства/потребления.

К настоящему времени мы говорим о сложившейся парадигме *consumption studies*, отмеченной именами европейских континентальных и американских авторов. В их числе представители неомарксизма в лице философов Франкфуртской школы: Т. Адорно, В. Беньямин, Г. Маркузе, Э. Фромм, М. Хоркхаймер. В том же ряду зарубежные и отечественные исследователи: Р. Барт, З. Бауман, Д. Бенсаид, Ж. Бодрийяр, П. Бурдьё,

Л. Болтански, П. Вирильо, Дж. Грааф, Г. Дебор, Ф. Джеймисон, М. Долар, С. Жижек, Н. Кляйн, Б.В. Марков, Т. Нейлор, А.В. Павлов, С. Томшич. В актуальной критике дискурса потребления – как дискурса капиталистического – причудливо переплелись самые разные исследовательские стратегии и приемы: это и а) традиционный политэкономический подход, идущий от А. Смита, и б) восходящий к Г. Зиммелю, предвосхищающий феноменологическую оптику взгляд на природу и устройство субъекта-носителя сознания культуры урбанистического типа, и в) психоаналитический мотив, имеющий дело с особым рода неврозом признания, и г) новационные постулаты в области социальной теории (М. Деланда, М. Каллон, К. Кнорр-Цетина, Б. Латур, Дж. Ло, А. Мол, Дж. Урри). По касательной на идею критики общества потребления работает новая эстетика в лице В. Вельша, Ж.-Ф. Лиотара, Ж. Рансьера, А.В. Павлова, исследовавших границы постмодернистской чувственности и опыт переживания интенсивностей, эстетически и негативно – в форме аффекта – оформляющих повседневность. Большинство упомянутых авторов не упускают из виду вещьную составляющую всякого процесса потребления.

Говоря о «вещах» и опираясь на саму этимологию слова (в русском языке в фонеме «вещь» слышится отсыл к словам «весть», «ведать», «вещать»), авторитетный круг рассуждающих о «вещи» (среди них А.Ф. Лосев, безусловно, М. Хайдеггер, Р.М. Рильке, а также специалисты в области архаики и традиционных культур) наделяет это понятие предикатом «вещий», подчеркивая тем самым изначальную принадлежность некоторых вещей какому-то иному миру, не всегда и не напрямую подвластному человеку, даже если искомые вещи – дело его рук. В такого рода рассуждениях явственно звучит мотив *перформативности*. Так, отнеся понятие вещи к «первопонятиям», ответственным за доступ к общемировому культурному коду, М. Эпштейн пишет: «Среди вещей можно выделить воистину „вещие“, т.е. не просто присутствующие, а как бы действующие или приглашающие к действию...» [17. С. 96]. Он даже предлагает собственную классификацию таких волшебных существностей (называя их «вещами-фантазиями» или «фантомами»). Это, согласно предложенной классификации, вещи: а) самоисчезающие; б) обратимые; в) полусуществующие; г) складные, раздвижные; д) превратные, метаморфозные; е) меняющие облик других вещей; ж) функционально использующие пустоту; з) возникающие на грани разных стихий; и) сокровенные, замкнутые; к) симметричные; л) мимикрирующие; м) мерцающие; н) отражающие или пропускающие свет [17. С. 96]. (Не будем строги к пущенному в ход критерию деления для цитируемой типологии. Этот перечень живо напоминает прелестную классификацию Х. Борхеса, иронически воспроизведенную М. Фуко.) В данной же, к сожалению, отсутствует позиция, которую мы могли бы маркировать именем собственно «модной вещи». В нашем представлении, она ближе всего к п. е) меняющие облик других вещей, хотя это обозначение требует уточнения и корректировки, что фактически ведет к расширению предложенной типологии.

В этой связи любопытно свидетельство человека, имеющего дело с вещами непосредственно и профессионально. Директор лондонского Музея дизайна Д. Суджич начинает свой рассказ о них с горестной констатации: «Мир тонет в вещах» [18. С. 9]. Причем в вещах по большей части ненужных.

Поначалу, обращаясь к анализу Р. Барта, Ж. Бодрийера, Дж. Берджера и Э. Форти, он привычно приписывает им совместный политизированный промарксистский взгляд на потребление (идуший от В. Бенямина, структурного психоанализа, С. Жижека) и эксплуатирующий логику «производства желаний», где вещи, в сущности, остаются универсальными «объектами желаний». «Но сегодня, – прозорливо пишет Д. Суджич, – когда мир вещей переживает взрывной, конвульсивный рост, безостановочно выбрасывая самые разные изделия по всем направлениям, необходим анализ, количественно и качественно отличающийся от общепризнанного нарратива о появлении модернизма в качестве *deus ex machina*, объясняющего суть «века машин»... Вещи вовсе не так безобидны... а потому слишком интересны, чтобы оставлять их без внимания» [18. С. 13–14].

«Модная вещь», в нашем представлении, бесспорно обладает внутренним побуждающим импульсом. В сущности, этим она и ценна. Это и есть ее главное, конститутивное и конституирующее качество. Модная вещь своим присутствием, наличием подталкивает субъекта к определенным поступкам. Она служит триггером четко сфокусированного выбора и целеполагающего действия. Разумеется, это будет иметь смысл лишь в случае помещения модной вещи в жизнемиренный горизонт такого субъекта. В свою очередь, что это за субъект? Как минимум он должен быть осведомлен о существовании тех вещей, которые сформируют его потребность в себе, желание ими обладать. Следовательно: а) он должен иметь постоянный, фактически круглосуточный доступ к информации о том, что сейчас в моде; б) не менее важен встречный ресурс для удовлетворения сформированного желания – собственный экономический ресурс вот этого субъекта; в) наконец, *the last but not the least*, это сама *Вселенная модных вещей*. Выражаясь языком экономической теории, мы имеем дело с рынком сбыта особых товаров, претендующих на статус «модные». Такой статус впервые появляется и закрепляется за вещью при условии: 1) избытка вещей одного и того же функционала, или, иначе, множественной объективации какой-то одной потребительной стоимости, 2) снижения доли собственно «функциональности» в вещи, представленной во множестве версий и вариантов, за счет увеличения ее символической значимости. Можно согласиться с А.Б. Гофманом, когда он описывает структурно воспроизведенный выше процесс рождения качества «модность» следующим образом: «Вещь вначале возникает как способ удовлетворения потребностей в функциях, но в последующем своем существовании, когда ее потребление становится социальной ценностью и нормой, вещь, в свою очередь, становится стимулятором и реализатором потребностей в функциях, в первоначальных или новых. Реализация потребности в функциях посредством вещи создает процесс потребления и специфическую категорию потребителей (курсив мой. – В.П.)» [19. С. 206]. Кроме последнего обстоятельства, крайне важно подчеркнуть появление новых потребностей и новых функций, связанных с вещью, но инспирированных «социальной ценностью и нормой» [19. С. 206].

Другими словами, вещи фигурируют как «модные» только внутри особой формы социальности и только под особым углом зрения на эту социальность – там, где мы имеем избыток самих вещей и новый порядок социальной структуры, такое «устройство общества» (Э. Гидденс), которое провоцирует

специфический взгляд на себя: он стал возможен лишь в последней трети XX в. Тогда социальная теория окончательно отказалась от логики натурализма в описании общественного устройства, а вместе с тем и от классического понятийного инструментария для схватывания социальных изменений в опоре на один-единственный их аспект, как то предписывала прежняя метафизика общественного бытия. Социальная теория заговорила сразу на многих языках, допустив существование локальных объяснительных дискурсов и опирающихся на них конкурентных социальных онтологий. Окончательно гиперсубстанциалистские наклонности прежнего теоретизирования по поводу общественной жизни были подорваны с узакониванием любых тем, маркированных предикатом «повседневности». В методологии новейшего образца над всем прочим довлеет социально-философский принцип интерсубъективности и фигура Другого. Этот Другой, безусловно, демонстрирует все признаки *субъектности*: 1) само его присутствие задает особые условия протекания общественных процессов; 2) он во многом отправная точка изменений привычных параметров общественной структуры, а также гарант воспроизводимости сложившейся системы «событийности» социального поля с его повторяющимися поведенческими паттернами. Однако новая возможная трактовка «другости» этого Другого отлична от его ожидаемой приписки к герменевтической традиции. Акцент перенесен на *природу* Другого как дружественную и враждебную человеку-субъекту одновременно. Что может быть человеку чуже и в то же самое время ближе, чем мир вещей? Мир, внутри которого мы по большей части себя и обнаруживаем. Мир, в котором волею обстоятельств нам зачастую предлагают встать с вещами в один ряд («Я – вещь», – провозгласила когда-то открывшуюся ей о себе истину Лариса Дмитриевна Огудалова, героиня пьесы А.Н. Островского, бытописателя нарождающегося нового мира, в котором все отчетливее торжествует фигура капиталистического отчуждения и объективации всего и вся).

Итак, принимая в расчет вышесказанное и рассуждая апофатическим способом, мы вынуждены признать, что «другое» общество потребления – это а) не культивирование так называемого разумного и ответственного потребления (оставим подобные благие пожелания на совести публицистов и морализаторов в публичном поле); б) не сознательное уклонение от многообразия возможностей, предоставляемых культурой и институтами «общества Роста». Исходя из политэкономического содержания понятия *потребление*, которое с необходимостью соотносится с понятиями *производства* и *обмена*, способствовать изменению его содержания можно единственным путем: либо отказавшись от двух других составляющих это экономическое и социально-философское «триединство», либо сущностно пересмотрев саму логику, природу и конфигурацию порядка их взаимодействия в социальном поле.

Второе возможно, если отправной точкой будет выбран не субъект потребительской активности в привычном смысле: а) к примеру, тот идеальный «безразмерный потребитель», на котором до сегодняшнего дня было сосредоточено внимание «критического дискурса общества потребления» как общества неконтролируемого – в первую очередь экономически – товарного перепроизводства; б) не невротик, ведомый собственным фантазмом относительно восполнения экзистенциальных дефицитов посредством превращения «чужого» в «свое». Сместив акценты и рассмотрев *потребление* под знаком

модной теории, рискнем предположить: именно мода и *модная вещь* заставляют нас говорить о «другой» диспозиции применительно к тому, как следует видеть и понимать потребительскую активность вообще.

Фреймирование модной практики делает последнюю не просто жизненным обстоятельством в ряду других, но неким универсальным вызовом. В главе, посвященной моде и модным артефактам, Д. Суджич сразу обращается к главной, сущностной характеристике моды, рассматривая ее как «самую развитую форму „встроенного“ морального устаревания» [18. С. 166]. От лица всей совокупности модных вещей субъекту-потребителю поступает предписание, почти приказ-интерпелляция в духе Л. Альтюссера: «Ты не можешь меня игнорировать, ты не можешь обходиться тем, что уже имеешь». Мир модных вещей, весь смысл существования которых заключен в том, что они до бесконечности сменяют друг друга, конституирует такого субъекта, который никогда не может остановиться на чем-то по-настоящему окончательном и даже лучшем. Потребление, таким образом, не переставая демонстрировать символический и бесконечный характер, приводится в движение именно вещами во всей их изначальной материальности. Вполне в духе объектно-ориентированной философии вещи формируют плотную среду существования и обитания. Интенции, которые они артикулируют самим своим присутствием, различны, однако модная вещь однозначно ассоциирована с требованием изменения, замены, быстрой смены кадра, специфической капризности (показательно, что, по мнению Д. Суджича, идеальной иллюстрацией модной жизни выступает модный показ: он, несмотря на то, что обставлен никак не менее грандиозно, чем полноценный спектакль, длится всего четверть часа. С ним не может соперничать в этой стремительности ни одно другое публичное мероприятие. Не правда ли, лучшей метафоры для идеи эфемерности моды не придумать). Нельзя не заметить, что в своей книге Д. Суджич отчасти демонизирует моду, демонстрируя в ее адрес подозрительное и снобистское отношение: «Вопрос... заключается не в том, можно ли считать моду одним из направлений дизайна, а в том, что мода сделала с дизайном. И, если уж на то пошло, что она сделала с изобразительным искусством, фотографией и архитектурой» [18. С. 143]. Что же она с ними сделала? Видимо, если отталкиваться от собственно материальной стороны дела, приходится признать, что именно с идеей моды связан тренд на мультиплицирование всех сфер жизни до бесконечности. И именно последнее обстоятельство возвращает нас к мотиву *перформативности*, который так явственно звучит в рассуждениях о модной вещи как непременно и рядоположенном человеку-субъекту агенте социального пространства, организованного, подобно моде, сетевым образом, такого пространства, которое состоит равным образом из людей и вещей.

Список источников

1. Розин В.М. Природа социальности: Проблемы методологии и онтологии социальных наук. М. : УРСС, 2016.
2. Терещенко Н.А. Социальная философия в ситуации «смерти социального» (к вопросу о панфилософском статусе социально-философской теории) : автореф. дис. ... д-ра филос. наук. Казань, 2012. 51 с.
3. Керимов Т.Х. Социальная философия. 2-е изд., стер. М. : ФЛИНТА ; Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2020. 304 с.

4. Бурбулис Ю.В. «Онтологический поворот» в современной социальной теории : автореф. дис. ... канд. филос. наук. Екатеринбург, 2017. 21 с.
5. Харман Г. Имматериализм. Объекты и социальная теория / пер. с англ. А. Писарева. М. : Изд-во Ин-та Гайдара, 2018. 152 с. (Серия: Библиотека журнала «Логос»).
6. Кон Э. Как мыслят леса: к антропологии по ту сторону человека. М. : Ad Marginem, 2018.
7. Корнев В.В. Система вещей в антропологической перспективе. Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2005. 280 с.
8. Куренной В. «Сами вещи» Мартина Хайдеггера // Исследования по феноменологии и философской герменевтике. Минск : Изд-во ЕГУ, 2001. С. 6–44.
9. Харман Г. Объектно-ориентированная онтология: новая «теория всего» / пер. с англ. М. Фетисова. 2-е изд. М. : Ад Маргинем Пресс, 2024. 256 с.
10. Бодрийяр Ж. Общество потребления / пер. с фр. Е.А. Самарской. М. : Изд-во АСТ, 2023. 320 с. (Философия – Neoclassic).
11. Сартр Ж.-П. Воображение // Логос. Философско-литературный журнал. М., 1992. С. 98–117.
12. Уемов А.И. Вещи, свойства и отношения. М. : Изд-во АН СССР, 1963. 184 с.
13. Подорога В. Вопрос о вещи. Опыты по аналитической антропологии. М. : Издательство Грюндриссе, 2016. 348 с.
14. Быстрова Т. Вещь, форма, стиль: Введение в философию дизайна. Москва ; Екатеринбург : Кабинетный ученый, 2018. 374 с.
15. Росторн Э. Дизайн как отношение. М. : Музей современного искусства «Гараж», 2021. 208 с.
16. Васильева Е. Теория моды: Миф, потребление и система ценностей. 2-е изд., испр. М. ; СПб. : Издательские Технологии : Пальмира, 2023. 387 с. (Серия: Пальмира – искусство).
17. Эпштейн М. Первопонятия: Ключи к культурному коду. М. : КоЛибри : Азбука-Аттикус, 2022. 720 с.
18. Суджич Д. Язык вещей. 2-е изд. М. : Strelka Press, 2015. 232 с.
19. Гофман А.Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. 5-е изд. М. : КДУ, 2022. 228 с.

References

1. Rozin, V.M. (2016) *Priroda sotsial'nosti: Problemy metodologii i ontologii sotsial'nykh nauk* [The Nature of Sociality: Problems of Methodology and Ontology of Social Sciences]. Moscow: URSS.
2. Tereshchenko, N.A. (2012) *Sotsial'naya filosofiya v situatsii "smerti sotsial'nogo" (k voprosu o panfilosofskom statute sotsial'no-filosofskoy teorii)* [Social Philosophy in the Situation of the “Death of the Social” (Towards the Issue of the Pan-Philosophical Status of Social-Philosophical Theory)]. Abstract of Philosophy Dr. Diss. Kazan.
3. Kerimov, T.Kh. (2020) *Sotsial'naya filosofiya* [Social Philosophy]. 2nd ed. Moscow: FLINTA; Ekaterinburg: Ural State University.
4. Burbulis, Yu.V. (2017) “*Ontologicheskii povorot*” v sovremennoy sotsial'noy teorii [“Ontological Turn” in Modern Social Theory]. Abstract of Philosophy Cand. Diss. Ekaterinburg.
5. Harman, G. (2018) *Immaterializm. Ob"ekty i sotsial'naya teoriya* [Immaterialism. Objects and Social Theory]. Translated from English by A. Pisarev. Moscow: The Gaydar Institute.
6. Kon, E. (2018) *Kak myslyat lesa: k antropologii po tu storonu cheloveka* [How Forests Think: Toward an Anthropology Beyond Man]. Moscow: Ad Marginem.
7. Kornev, V.V. (2005) *Sistema veshchey v antropologicheskoy perspektive* [The System of Things in Anthropological Perspective]. Barnaul: Altai State University.
8. Kurennoy, V. (2001) “Sami veshchi” Martina Khaydeggera [“The Things Themselves” by Martin Heidegger]. In: Borisov, E. (ed.) *Issledovaniya po fenomenologii i filosofskoy germenevtike* [Studies in Phenomenology and Philosophical Hermeneutics]. Minsk: ESU. pp. 6–44.
9. Harman, G. (2024) *Ob"ektno-orientirovannaya ontologiya: novaya "teoriya vsego"* [Object-Oriented Ontology: A New “Theory of Everything”]. Translated from English by M. Fetisov. 2nd ed. Moscow: Ad Marginem Press.
10. Baudrillard, J. (2023) *Obshchestvo potrebleniya* [Consumer Society]. Translated from French by E.A. Samarskaya. Moscow: AST. 98–117.
12. Uemov, A.I. (1963) *Veshchi, svoystva i otmosheniya* [Things, Properties and Relations]. Moscow: USSR AS.

13. Podoroga, V. (2016) *Vopros o veshchi. Opyty po analiticheskoy antropologii* [The question of a thing. Experiments in analytical anthropology]. Moscow: Grundrisse.

14. Bystrova, T. (2018) *Veshch', forma, stil': Vvedenie v filosofiyu dizayna* [Thing, Form, Style: Introduction to the Philosophy of Design]. Moscow; Ekate-rinburg: Kabinetnyy uchenyy.

15. Rawsthorne, A. (2021) *Dizayn kak otноshenie* [Design as an Attitude]. Moscow: Garage Museum of Contemporary Art.

16. Vasilieva, E. (2023) *Teoriya mody: Mif, potreblenie i sistema tseennostey* [Fashion Theory: Myth, Consumption, and Value System]. 2nd ed. Moscow; St. Petersburg: T8 Izdatel'skie Tekhnologii: Pal'mira.

17. Epstein, M. (2022) *Pervoponyatiya: Klyuchi k kul'turnomu kodu* [Primordial Concepts: Keys to the Cultural Code]. Moscow: KoLibri: Azbuka-Attikus.

18. Sudzhic, D. (2015) *Yazyk veshchey* [The Language of Things]. 2nd ed. Moscow: Strelka Press.

19. Goffman, A.B. (2022) *Moda i lyudi. Novaya teoriya mody i modnogo povedeniya* [Fashion and People. New Theory of Fashion and Fashionable Behavior]. 5th ed. Moscow: KDU.

Сведения об авторе:

Петренко В.В. – доцент, кандидат философских наук, доцент кафедры онтологии, теории познания, социальной философии философского факультета Национального исследовательского Томского государственного университета (Томск, Россия). E-mail: vptomsk@mail.ru

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Information about the author:

Petrenko V.V. – Cand. Sci. (Philosophy), associate professor of the Department of Ontology, Theory of knowledge, Social Philosophy, Faculty of Philosophy, National Research Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation). E-mail: vptomsk@mail.ru

The author declares no conflicts of interests.

*Статья поступила в редакцию 20.12.2024;
одобрена после рецензирования 22.01.2025; принята к публикации 24.02.2025*

*The article was submitted 20.12.2024;
approved after reviewing 22.01.2025; accepted for publication 24.02.2025*