

## ИНТЕРВЬЮ

## Фрэнк Трентманн отвечает на 10 вопросов об экономической социологии



### ТРЕНТМАНН

**Фрэнк** (Trentmann, Frank) — профессор факультета истории, античной культуры и археологии в Бёркбек-колледже Лондонского университета (Лондон, Великобритания).

**Email:** [f.trentmann@bbk.ac.uk](mailto:f.trentmann@bbk.ac.uk)

Перевод с англ.  
А. Куракина

*Источник:* Frank Trentmann Answers Ten Questions about Economic Sociology. *The European Electronic Newsletter «Economic Sociology»*. 2006. 7 (2): 22–25. URL: <http://econsoc.mpifg.de/archive/esfeb06.pdf>

Фрэнк Трентманн<sup>1</sup> — старший преподаватель современной истории в Бёркбек-колледже (Birkbeck College) Лондонского университета и директор Исследовательской программы потребительских культур ([www.consume.bbk.ac.uk](http://www.consume.bbk.ac.uk)), финансируемой Исследовательским советом по экономике и социальным наукам (Economic and Social Research Council, ESRC) и Исследовательским советом по искусствам и гуманитарным наукам (Arts and Humanities Research Council, AHRC) Великобритании. Трентманн занимается исследованиями в области потребления, политической культуры и гражданского общества. В число его недавних работ входят сборники «*The Making of the Consumer: Knowledge, Power and Identity in the Modern World*» («Создание потребителя: знание, власть и идентичность в современном мире») (редактор) и «*Consuming Cultures, Global Perspectives: Historical Trajectories, Transnational Exchanges*» («Потребляющие культуры, глобальные перспективы: исторические траектории, международный обмен») (в совместной редакции с Джоном Брюером [Trentmann 2006; Trentmann, Brewer 2006]).

— Как Вы начали заниматься изучением потребления?

— Я заинтересовался потреблением в начале 1990-х годов, будучи аспирантом на факультете истории. Тогда передо мной открылись два пути. Теперь, оглядываясь назад, кажется странным, что эти два пути сначала виделись совершенно независимыми друг от друга и пересеклись лишь в последнее время. Первый путь был связан с работой над моей докторской диссертацией, посвящённой культуре свободной торговли в Великобритании эпохи модерна. Меня заинтересовало то, как сходились воедино идеи о потреблении, гражданстве и торговле за несколько десятилетий до начала Первой мировой войны. Всё это противоречило морализаторскому осуждению или игнорированию потребителя как гражданина, ещё преобладавших в публичном дискурсе начала 1990-х годов. Второй путь шёл через возрастающее внимание в истории культуры к значимой роли потребления в формировании сферы чувств, социальной идентичности и вкусов. Я много почерпнул, посещая аспирантский семинар Саймона Скамы (Simon Schama) вскоре после того, как была опубликована его книга «*Embarrassment of Riches*» («Смятение богатства») [Schama 1988]. Лишь намного позднее эти пути стали пересекаться; то, что в сфере потребления учёные отделили вопросы, связанные с культурой, от вопросов, связанных с политической культурой, имело, конечно, всевозможные институциональные и историографические причины, но это также не позволяло нам увидеть весь спектр важных общих вопросов и разработок.

<sup>1</sup> Информация актуальна на момент публикации интервью в «European Electronic Newsletter “Economic Sociology”». — Примеч. ред.

— Можете назвать книги или статьи, которые оказали глубокое влияние на Ваш подход к этой теме?

— «*Embarrassment of Riches*» Саймона Скамы остаётся непревзойдённым исследованием многогранной амбивалентности в отношении материальных благ и изобилия [Schema 1988]. Оно представляет собой редкое сочетание чуткого внимания к материальной культуре повседневности и одновременно — к публичным дискурсам и репрезентации. И оно остаётся образцом того, как общая идея работы плетётся из многочисленных нитей практик и смыслов потребления голландцев XVII века.

«*The World of Goods: Towards an Anthropology of Consumerism*» («Мир благ: по направлению к антропологии консьюмеризма») Мэри Дуглас и Барона Ишервуда [Douglas, Isherwood 1996] — я продолжаю использовать эту небольшую книгу в учебном процессе, потому что в ней очень удачно и доходчиво представлена социальная природа потребления и дано противоядие морализаторскому осуждению индивидуалистического консьюмеризма.

«*Comfort, Cleanliness and Convenience: The Social Organization of Normality*» («Комфорт, чистота и удобство: социальная организация нормальности») Элизабет Шоув [Shove 2003]; эта книга — настоящая жемчужина; в ней распутываются исторические события, технологии и меняющиеся практики, создающие, трансформирующие и ограничивающие большинство основных форм обыденного потребления.

«*The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*» («Социальная жизнь вещей: предметы потребления в культурной перспективе») Арджуна Аппадурай [Appadurai 1986]. Этот восхитительный междисциплинарный сборник обозначил новые подходы к пространственно-временным отношениям потребления, поставив под сомнение общепринятое упрощённое увязывание потребления с «современным» западным обществом.

«*Sweetness and Power: The Place of Sugar in Modern History*» («Сладость и власть: место сахара в современной истории») Сидни Минтца: эта книга остаётся самой креативной «законодательницей мод» для целого направления последовавших за ним исследований биографий товаров [Mintz 1985]. В отличие от большинства историков, которые рассматривают потребление в рамках отдельной национальной историографии или останавливаются на конкретном городе или регионе, автор этой книги показывает, как можно изучать потребление поверх пространственных и временных границ и как заново связать потребление с властными режимами, империей и производством.

— В 1987 г. Колин Кэмпбелл (Colin Campbell) ещё мог себе позволить написать, что причина, по которой социальные учёные в большинстве своём игнорируют потребление, состоит в некотором пренебрежительном отношении к самой этой теме. Однако в течение последнего десятилетия потребление стало одной из наиболее популярных исследовательских тем в социальных науках. Что послужило причиной такого неожиданного роста интереса?

— Я думаю, что это было некоторым преувеличением. Возрождённый интерес к потреблению во многом развился из постструктурализма с его интересом к знакам и символам объектов потребления, а также из исследования культур с их интересом к субкультурам, формам неповиновения и сопротивления. Главные отличия 1980-х и 1990-х годов заключались не в открытии проблематики потребления — о коммерческой потребительской культуре было много написано в рамках Франкфуртской школы, а также представителями американской критической мысли в эпоху изобилия. Напротив, это было своего рода освобождение от точки зрения, согласно которой потребление является чем-то подозрительным и рассматривается в терминах культурной индустрии, манипулирующих потребителями рекламодателей или отчуждения людей от их человеческой сущности.

Тем не менее следует отметить — и я хочу максимально акцентировать на этом внимание — что очень опасно впадать в академически заикленные рассуждения и полагать, что публичный дискурс в целом следует за изменениями в научной моде. Напротив, начиная с 1980-х годов, в англосаксонских обществах особенно, мы наблюдаем отчётливое размежевание: прославление потребления в терминах стиля жизни, идентичности и выбора, с одной стороны, и непрекращающееся моральное осуждение «потребительского капитализма» или эгоистичных индивидуалистов, а также лихорадочной погони за роскошью и сорящих деньгами потребителей — с другой. Фрагментация темы потребления в научном дискурсе не способствует нахождению более интересных путей между этими полярными позициями. Во всяком случае, в СМИ и прогрессивных публичных обсуждениях всё ещё сохраняется преимущественно негативная моральная оценка всех зол консьюмеризма.

С исторической точки зрения недавнюю волну исследований потребления лучше рассматривать как ренессанс, а не как создание нового направления. Последние работы в большинстве своём посвящены возрождению забытых ранее традиций и подходов, и круг чтения социальных учёных, входящих в данное поле, теперь должен быть куда более широким, чем канон, установленный трудами Т. Веблена и П. Бурдьё. Слишком часто социальные учёные предполагают, что если они видят что-то своими глазами, это непременно должно порождать новую область, образ мышления или новую проблему. Недавний интерес к «заботе на расстоянии» (*caring at distance*)<sup>2</sup> и «этическому консьюмеризму» являются хорошими примерами этого заблуждения. Однако эти примеры нельзя назвать просто новым движением, следующим по пятам за современной политикой изобилия и жизненных стилей, ибо они имеют давние традиции, уходящие в прошлое. Показательно, что недавней волне интереса к потреблению, которая совпала с интересом к глобализации и гражданскому обществу, предшествовала волна глобализации периода 1870–1914 годов, когда вопросы потребления, гражданства и этики также выходили на передний план.

— *Каковы, по Вашему мнению, главные достижения в исследованиях потребления за последнее время?*

— Недавнее возрождение интереса к потребителю как гражданину; переключение внимания с престижного потребления на обыденное; а в теории — переключение внимания с изучения погони за статусом или различий на вещи и практики, реальные процессы потребления и использования интерес к изучению пространственных отношений.

— *Потребление, по всей видимости, является междисциплинарной исследовательской темой par excellence огромного количества работ, выполненных в последнее время и написанных в рамках истории, антропологии, социологии и культурологии. Существует ли опасность фрагментации исследовательского поля, или Вы видите сближение разных подходов?*

— Фрагментация является очень серьёзным вызовом. Фактически, она порождает границы между работками, ведущимися параллельно в разных дисциплинах, вместо того чтобы реализовать заложенный в них потенциал для взаимообогащения. Междисциплинарные исследования и диалоги предоставляют замечательные возможности, но в академической системе они не реализуются естественным и безболезненным путём, так как денежные потоки, статусные иерархии и программы обучения в большинстве случаев существуют в пределах дисциплинарных границ. Потребление, возможно, стало основной областью, где между разными дисциплинами восстанавливаются контакты, которые были потеряны в процессе профессионализации в XX в.; например, исследования материальной культуры

<sup>2</sup> Исследования, направленные на изучение расширения понятия заботы о ближних в контексте происходящего его отрыва от традиционных отношений, совершающихся лицом к лицу и локализующихся в конкретном физическом пространстве, а также роли, которую играют в этом процессе СМИ и электронные средства коммуникации. — *Примеч. ред.*

помогли соединить воедино антропологию, дизайн, социологию и историю. Но остаются обширные области потребления, где диалог и сотрудничество можно ещё усилить. Достаточно взглянуть на основную литературу и ссылки в публикациях о потреблении, чтобы заметить сохраняющуюся пропасть между авторами, обратившимися к изучению потребления и представляющими разные дисциплины, в том, что они читают, на какие теории и подходы опираются. И большое количество прекрасных работ остаются незамеченными из-за того, что их авторы не видят возможных точек соприкосновения со смежными дисциплинами. Эта проблема характерна для всех отраслей знания (хотя и не для всех учёных), но особенно ярко она выражена в гуманитарных дисциплинах с их врождённой культурой индивидуального исследования и публикации.

— *Чувствуете ли Вы, что происходит какой-либо диалог с экономической теорией?*

— Это одна из самых сложных проблем. Конечно, мы должны различать экономическую теорию как общую дисциплину и неолиберальное направление как её особый подход. Некоторые экономисты открыты неинституциональным подходам, политической экономии или — в последнее время — психологии. Но также будет справедливым заметить, что в либеральной неоклассической англосаксонской экономической теории, которая в течение XX в. стала наиболее влиятельным направлением всей экономической науки, тип вопросов и подходов, ассоциирующихся сегодня с экономической теорией, гораздо более узок, чем во времена Альфреда Маршалла (Alfred Marshall), Фрэнсиса Эджуорта (Francis Edgeworth) и Торстейна Веблена, в конце XIX в. Потребительские культуры зачастую видятся экономистам чем-то неустойчивым или маргинальным, и на саму культуру они смотрят с подозрением; как сказал нацистский экономист Йоас (Joas)<sup>3</sup>, при слове «культура» его рука тянется к револьверу. Так же и многие исследователи, изучающие потребление в рамках гуманитарных и иных социальных дисциплин, рассматривают экономическую теорию как пустую трату времени, потому что она ассоциируется с методологическим индивидуализмом и рациональным выбором. Обе стороны руководствуются стереотипами, которые усиливают недоверие и излишне затрудняют диалог.

— *Вы являетесь директором Исследовательской программы потребительских культур. Что, собственно, изучается в рамках этой Программы? Что побудило ESRC и AHRC её поддержать?*

— Программа исследует изменяющиеся идеи, практики и материальные аспекты потребления в глобальном контексте. У неё два источника. Один, в основном, академический: в результате возрождения исследований потребления в 1980–1990-х годах появились замечательные исследования на любой вкус, но некоторые важные аспекты и проблемы всё же были упущены из виду. Данная программа стала попыткой исследовать эти новые аспекты, такие как потребление и гражданство, роль домашней среды, отношения между знаниями и потреблением, а также локальная, столичная и транснациональная динамика потребления. Второй источник был политическим — исследовательская программа оплачивается из денег налогоплательщиков. В 1990-х годах внимание публичной политики переключилось с консьюмеристских инициатив в местном правительстве к культурной политике и социальным услугам на потребителя более строгого по отношению к различным сферам этой публичной политики. Откуда появилась эта форма консьюмеризма, как она саморазвивалась, какие последствия принесла для социальной идентичности, практик и политических чувств? Всё это важно, особенно в Великобритании, где ситуация вокруг реформы сферы государственных услуг политически накалилась, как никогда прежде.

— *Программа подтверждает, что Великобритания проявляет особенную активность в исследованиях потребления. Как Вы думаете, почему?*

<sup>3</sup> Вероятно, речь идёт о Гансе Йосте (Hanns Johst; 1890–1978), немецком писателе и президенте Палаты писателей рейха (нем. Reichsschrifttumskammer), группенфюрере СС и личном друге Гимmlера. Именно Йосту принадлежит фраза, которую часто приписывают Гимmlеру: «Когда я слышу о культуре, я снимаю с предохранителя свой браунинг». — *Примеч. ред.*

— Одним из объяснений является озабоченность представителей публичной политики вопросами консьюмеризма и потребительского выбора, но это было бы слишком узким взглядом. Здесь мы опять имеем дело с давним историческим наследием: впервые граждане усвоили язык и идентичность потребителей ещё в викторианской Англии. Вопросы о том, как потребление соотносится с гражданством, были тогда общепризнанной темой для интеллектуальных и политических дискуссий. И во многих отношениях за несколько последних десятилетий мы наблюдаем возвращение к более коммерциализованному обществу и дебатам, начавшимся ещё в XVIII в. Безусловно, в середине XX в. в Великобритании тоже было множество социальных демократов, скептически настроенных в отношении коммерческого потребления, но говоря в общих чертах и в сравнении с другими странами, потребление в Великобритании никогда не встречало столь непримиримых моральных и социальных противников, как во многих европейских странах. В научном мире традиционная троица — класс, производство и государство — как предметное ядро была разрушена в Великобритании раньше, чем, скажем, в Германии. Это создало пространство для более основательного возврата к теме потребления в рамках женских исследований (*women's studies*), исследований культуры, социологии и истории.

— *Ощущаете ли Вы существенные различия между европейским и американским подходами к теме?*

— Наше интервью могло бы сильно затянуться. Шарон Зукин и Дженнифер Смит Магуайр, два американских социолога, не так давно написали в журнале «Annual Review of Sociology», что «до недавнего времени социологи в Соединённых Штатах в целом игнорировали тему потребления» [Zukin, Maguire 2004]. Если в Великобритании потребление стало чем-то вроде универсального ключа к пониманию вселенной, то в США оно всё ещё вынуждено бороться с образом Золушки. Отчасти это связано с моральной политикой, которая всё ещё переполняет американские дебаты о потреблении; обсуждаются патологии потребления, будь то чрезмерные траты, лихорадочная погоня за роскошью или конец демократической политики, вызванный консьюмеризмом. Интересной исследовательской проблемой был бы вопрос о том, почему подходы и исследовательские вопросы, которые были практически такими же, как и те, что задавались критиками потребления в 1940–1950-е годы, остались столь сильны в американском академическом дискурсе. Это выглядит странно, так как в конце XIX в. и начале XX в. американские интеллектуальные дискуссии о потреблении были живыми, разнообразными и очень динамичными. Достаточно вспомнить работы С. Паттена (Simon Patten) об изобилии, Т. Веблена о престижном потреблении и Дж. Дьюи (John Dewey) о выборе и критическом, творческом Я. Не следует говорить и о Европе как чём-то однородном: в Германии социологический интерес к потреблению возник сравнительно недавно и до сих пор не очень развит. Однако любопытно, как различается диапазон вопросов и теоретических подходов, разработанных европейскими исследователями и их американскими коллегами. Я не могу не обратить внимание на увлекательную работу, ведущуюся за пределами Великобритании, касающуюся технологий в Голландии, о рутинных в Финляндии или проводимую общеевропейскими исследовательскими сетями учёных, изучающих продовольствие, воду, коммунальные услуги и т. п. Во всяком случае, европейские научные инициативы, финансирование и сотрудничество привели к тому, что исследователи в Европе лучше осознали разноплановость темы потребления как серьёзную проблему, требующую внимания и не решаемую с помощью простых моделей американизации или анализа ядра и периферии.

— *Ваш собственный вклад в Программу состоит в исследовании генеалогии потребителя, а также в изучении потребления воды. Расскажите подробнее о своих текущих исследованиях.*

— Меня привлекла фигура потребителя — кто он и откуда взялся? Сейчас люди согласны с тем, что каждый человек является потребителем, но лишь немногие задаются вопросом о том, что стоит за этой идентичностью и категорией знания и политики. Изначально потребитель не был покупателем. На самом деле значительная экспансия коммерческого потребления в трансатлантическом мире и Азии в

XVIII в. не привела к тому, что различные социальные группы стали воспринимать себя или других как потребителей. Вначале это всегда формируется в рамках политического процесса. Я называю это «синапсис» (*synapses*)<sup>4</sup> — когда определённые политические традиции, такие как радикализм и либерализм, устанавливают связи с идеями, интересами и чаяниями, касающимися потребления, особенно в сферах продовольствия, налогов и воды. Более широкий интеллектуальный вклад этой работы состоит в том, чтобы разграничить понятия «потребление», «потребитель», «потребительская культура» или «общество потребления», которые обозреватели и публика неосторожно смешивают. Это заставляет относиться всерьёз к разнообразному и изменчивому значению потребления — использование и расходование были (и остаются) важной традицией; это также поможет вернуться к более широким политическим, социальным и культурным сферам, в которых в прошлом возник потребитель (таким, как войны за воду (*water wars*) или сражения за налоги и рабство), о чём легко было забыто в ходе восхваления или критики потребителя как индивидуального покупателя.

Проект по воде является детальным, пристальным изучением этих более широких вопросов. Вместе с Ванессой Тэйлор (Vanessa Taylor) я участвую в исследовании, посвящённом эволюции пользователей воды в потребителей. Это исторический проект, основное внимание в котором уделено викторианскому и эдвардианскому Лондону, но есть и любопытные параллели с более поздними дебатами об использовании воды, расточительстве и поведении пользователей (потребителей). Викторианский дом стал местом глубоких изменений в отношении к воде в связи с распространением туалетов, ванн, а также переходом к постоянному использованию воды (в 1880–1890-е годы). С этими изменениями возникли несуществующие прежде потребительские практики и идеи о статусе и праве. Меня интересует то, как новое использование и домашние технологии объединились с возникшими общественными потребностями, особенно — с призывом к коммунальным службам стать более подотчётными потребителям воды как гражданам. Иными словами, перемены в домашних технологиях и практиках произошли в рамках любопытных сдвигов в политическом пространстве. Это относится к перетоку между частной и общественной сферами и также подчёркивает важность потребления, осуществляемого за пределами рынка. Тарифы на воду были привязаны не к потреблению, а к облагаемой налогом стоимости собственности. Другими словами, вода — это чрезвычайно беспокойный текучий посредник. И её изменяющиеся потоки в домохозяйствах и из домохозяйств способны помочь обозначить новые линии перехода между частным и общественным. В более ранней литературе эти отношения часто подавались в антагонистических терминах, как борьба частной сферы против общественной, и неудивительно, что потреблению отводилась здесь негативная роль, приводившая к коммодификации богатых социальных отношений. Сказалось и наследие Франкфуртской школы, которая оставила свой след на образе мышления многих интеллектуалов, таких, например, как Ю. Хабермасе (Jurgen Habermas). Нелишним будет подчеркнуть, что такую бинарную форму мышления поначалу также пытались применить к гендерному разделению труда, предполагая его соответствие разделению частной и общественной сфер. Целесообразно ли это сегодня? Можно заметить, что домашние пользователи, превратившиеся в потребителей воды, изначально были мужчинами — главами семей и гражданами. Поэтому размышления о неугомных домашних обитателях, возможно, также плодотворный способ пошатнуть традиционные бинарные оппозиции и вместо этого изучать связи и разрывы между частным и общественным.

<sup>4</sup> Synapses (*греч.*) — соприкосновение, соединение. Место контакта между двумя нейронами или нейроном и иными клетками. Служит для передачи нервного сигнала. — *Примеч. перев.*

## Литература

- Appadurai A. 1986. *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Douglas M., Isherwood B. 1996. *The World of Goods: Towards an Anthropology of Consumerism*. London: Routledge.
- Mintz S. 1985. *Sweetness and Power: The Place of Sugar in Modern History*. New York: Viking.
- Schama S. 1988. *The Embarrassment of Riches*. Berkeley; Los Angeles, CA.: University of California Press.
- Shove E. 2003. *Comfort, Cleanliness and Convenience: The Social Organisation of Normality*. Oxford: Berg.
- Trentmann F. (ed.). 2006. *The Making of the Consumer: Knowledge, Power and Identity in the Modern World*. Oxford; New York: Berg.
- Trentmann F., Brewer J. (eds). 2006. *Consuming Cultures, Global Perspectives: Historical Trajectories, Transnational Exchanges*. Oxford; New York: Berg.
- Zukin S., Maguire J. S. 2004. Consumers and Consumption. *Annual Review of Sociology*. 30: 173–197.