

СОЦИАЛЬНАЯ АНТРОПОЛОГИЯ

В.Л. Круткин

СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ МАТЕРИАЛЬНОСТЬ В АНТРОПОЛОГИИ Д. МИЛЛЕРА

В статье рассматриваются работы британского антрополога Дэниела Миллера, посвященные разным проблемам, но объединенные общей задачей — преодолеть распространенную теорию «двух миров». Моральные принципы и социальные идеалы существуют не вопреки тому, что люди используют материальные объекты, но благодаря этим объектам. Материальный поворот связан с отказом от противопоставления объектов и субъектов, исследователи должны показать их единство. Здесь исходят из того, что человек есть существо материальное, что артефакты не являются пассивными. Внимание автора к артефактам, играющим важнейшую роль в производстве и потреблении, открывает перспективы новых трактовок многих понятий социальных наук. Артефакты — продукт объективизаций, безотносительно к их вещественной или не вещественной форме, они способны воздействовать на поведение людей через разнообразные медиа и технологии. Способность объектов определять наше поведение и понимание себя Д. Миллер именуется социокультурной материальностью. Эта формула более удачна, чем выражение «материальная культура», которое обычно соотносится с понятием «духовной культуры». Исследования Д. Миллера обосновывают тезис о множественности форм как материальности, так и имматериальности, снимая, тем самым, их дихотомическое противопоставление. Исследования перформативных практик позволяют расширить изучение культурного наследия, уточняют понятие «intangible heritage» («неосязаемое наследие»), которое не противостоит, но дополняет социокультурную материальность. Д. Миллер намечает горизонты новой области знания, именуемой цифровой антропологией.

Круткин Виктор Леонидович — доктор философских наук, профессор кафедры социологии, Удмуртский государственный университет (krutkin1@yandex.ru)

Krutkin Victor — Doctor of Philosophy, Professor at the Department of Sociology, Udmurt State University (krutkin1@yandex.ru)

Ключевые слова: Дэниел Миллер, объективизация, артефакт, социокультурная материальность, потребление, перформативные практики, дигитальная антропология.

Введение

Об углублении интереса отечественных исследователей к материальности культуры свидетельствуют недавние публикации социологов (Вахштайн 2006), антропологов (Форум 2015), этнографов (Российская антропология... 2017). Авторы этих публикаций говорят о необходимости учета опыта, накопленного мировой наукой. Дэниел Миллер, профессор университетского колледжа Лондона, — вот уже более тридцати лет активный участник антропологических исследований социокультурной материальности. В своих работах он отталкивается от обыденных вопросов, которые берут начало в повседневности. Вот один из них: окружающий нас мир — это единственная реальность или это лишь поверхность, за которой скрывается нечто другое? Сам по себе принцип двойственности, встроенный в наши восприятия, достоин отдельного рассмотрения, на него опираются многие религии мира, считающие, что ценностью для человека является именно «другая реальность» (Miller 2005). Как соотносятся эти реальности, если вопрос перенести в светскую сферу?

Прежним подходам, где материальность отождествлялась с объектами, отделенными от субъектов, Д. Миллер противопоставил радикально другую программу — посмотреть не на объекты как таковые, но на их субъект-объектную связность. Антропология начиналась как наука о бесписьменных обществах, но она применима и к индустриальной цивилизации. Д. Миллер как антрополог рассматривает жизнь людей в окружении уже не тотемных идолов, но автомобилей (Miller 2001), с привычками не только к сари, но и джинсам (Miller, Woodward 2011), знающих не только знахарские снадобья, но и кока-колу (Miller 1998с), не только барабаны, но и сотовые телефоны (Miller, Horst 2006), осваивающие не только особенности жизни в своей деревне, но жизнь в пространствах социальных медиа (Miller 2016). Своими исследованиями Д. Миллер обосновывает тезис о множественности форм как материальности, так и нематериальности, снимая, тем самым, дихотомию их противопоставления.

Материальный поворот в социальных науках

Привычка делить культуру на материальную и нематериальную (духовную) сопряжена с привычкой отождествлять вещественное и материальное. Надежны ли эти привычки? Состоит ли общество из людей

(вместе с их деятельностью, институтами и идеями), или в социальный мир следует включить еще и предметы, которые возникают в деятельности? И особо важно: если предметы допускаются в социальную реальность, то как их следует толковать — как символы социальных отношений (знаки) или как вещи, наделенные самостоятельной активностью? Материальный поворот связан с признанием того, что предметы — это не просто знаки и что активны не только люди. Какую же работу производят предметы, вовлеченные в социальную жизнь?

Ключевым понятием для осмысления этих вопросов у Д. Миллера выступает понятие «объектификация», которое он заимствует у Гегеля (Miller 1987: 19–33). Субъект, чтобы осуществить и понять себя, создает (отчуждает или объективирует) объект, выносит его вовне в материале или представлении. Этот объект осваивается или присваивается субъектом, в этом процессе производства и потребления изменяются обе стороны. Диалектика субъекта и объекта стоит в том, что субъект становится объектом самого себя, он возвращается к себе на новом уровне, это циклически продолжается, очередная объектификация вызовет новое изменение субъекта. Важным моментом, по Гегелю, здесь является особая связность: субъект никогда не является субъектом сам по себе, но всегда определяется через свое отношение к объекту. У культуры нет субъекта, ни в образе отдельного лица, ни общества в целом, ибо субъекта следует рассматривать и как создателя, и как создание культуры.

Материальность артефактов культуры — это характеристика не самой вещи в отдельности, это характеристика предметов в их отношении друг к другу, равно как в их отношении к человеку. Материальность становится заметной по действию предметов друг на друга. Когда человек устраивал хитроумные связи камней и веток, сооружая ловушки и капканы для своей добычи, он опирался на эту проявляющуюся материальность, и здесь человека, без всякого ущемления его достоинства, можно тоже разместить в ряду этих предметов. Культура — «сеть гомологичных порядков, она возникла как мощное основание для более или менее всего, что составляет данное общество» (Miller 2005).

Диалектика артефактов у Гегеля — это опосредствование непосредственного, материализация имматериального. Артефакты — не только отдельные новые локальные средства, они образуют не знающую разрывов среду. Средства выступают не только логически определенными целью, они выступают еще и способом причинения результата. Они продолжают жить собственной жизнью. Поэтому результаты деятельности оказываются богаче ее целей.

В ряду теоретиков, повлиявших на материальный поворот, Д. Миллер называет социолога Ирвинга Гофмана, развивавшего теорию фреймов, который утверждал, что большая часть нашего поведения находится под знаком ожиданий, они определяются рамками, контекстами, фреймами, составляющими фон наших действий. Контекст, в котором совершается действие, вполне материален. Зрители не спешат на театральную сцену, чтобы защитить героиню спектакля, на которую нападают злодеи. Фреймы, определяющие поведение, рассматриваются как «естественный порядок вещей» (Miller 1994).

Другой источник, развивающий понятия новой материальности, Д. Миллер находит в работе «Чувство порядка» историка искусства Эрнста Гомбриха (ibid.). В этой книге исследователь обращал внимание не на произведение искусства как таковое, а на раму, которой произведение обрамлено. Это может быть реальная рама, в которую вставляют холст. Было бы немисливо представить Тициана в рамке из пластика или Пикассо в золоченой раме эпохи барокко. Но рамой уже не буквальной выступает и художественная галерея в целом, рамой выступают речи критиков об искусстве в художественных журналах, особые категории языка («искусство», «стиль», «автор» и проч.), какими пользуются преподаватели художественных школ.

Фреймы как ожидания и контекст, заключает Д. Миллер, задают область того, что он именует «повиновением вещам» («humility of things») (Miller 1987: 85–108), «за этим скрывается откровенная власть артефактов определять то, что социально приемлемо», отмечает он (Miller 1994: 408). И объекты, которые здесь обсуждаются, важны не потому, что они зримы, очевидны, физически осязаемы, можно говорить о различии степеней осязаемости (Miller 2005). Мы можем даже не видеть и не осознавать их. Более того, чем менее мы их осознаем, тем сильнее они могут определять наши ожидания через установку сцены и обеспечение нормативного поведения. Власть над поведением людей — вот что побуждает говорить о материальности артефактов. Конечно, есть доводы сознания, есть ограничения по линии техник тела, но решающую роль, считает Д. Миллер, нужно отвести внешней среде артефактов.

В развитии движения к материальному, по мнению Д. Миллера, важную роль играли идеи американского антрополога Арджуна Аппадурай, который обратил внимание на важные стороны артефактов. Известно, что К. Маркс понимал продукты труда как вещи, предназначенные для обмена, суть товара в его способности к обмену. А. Аппадурай отмечал, что такое положение дел не универсально, оно характерно лишь для

капиталистической стадии развития общества. Он предлагал взгляд, наделяющий предметы более широким социальным потенциалом. Такой взгляд мы находим, например, у М. Мосса, у которого предметы выступают в роли дара. Эти два понимания форм обмена принципиально противостоят в антропологии, замечает А. Аппадурай. «Дары, дух взаимности, склонность завязывать связи, спонтанность, в какой дарами обмениваются, все это противостоит ориентированному на выгоду, эгоцентричному калькулирующему духу, которым пронизывается оборот товаров» (Appadurai 1980: 11).

Исследования антрополога Нанси Мунна подтверждают значимость артефактов для становления идентичности в доиндустриальном обществе (Miller 1987: 50–68). В мире австралийских аборигенов круг циркулирующих предметов узок, но в объем реальности, наряду с ландшафтом, входят мифы, которыми живут эти люди. Н. Мунн пишет: «Я определяю миф как действия и события, локализованные в мире, который культурой определяется как “реальный”, но который навсегда удален во времени и в пространстве от места, где сейчас живут люди. Мифические действия, будучи лишь косвенно “известными”, всегда должны быть символически доступны живым людям, например, через устное предание или драматургическое исполнение» (Munn 1974: 581). Мифические события — не просто элемент пассивного знания, они становятся реальностью благодаря опосредствованию той или другой технологией. Мунн говорит о технологиях речи и перформативных представлений. Через технологии реальность становится «своей другой», нематериальное материализуется.

Материальный поворот предполагает такое понимание человека, когда он не редуцируется к одной из своих характеристик, каким бы авторитетом она ни окружалась. Об этом писал Альфред Гелл, автор, который тоже вдохновлял Д. Миллера. В частности, необходимо подвергать критике односторонние рассуждения о человеке как существе рациональном. Сторонники подобных схем игнорируют очевидные факты — начиная с палеолита, люди создавали не только гарпуны и топоры, но флейты и украшения. Кроме отношений с природой были важны способы связи людей друг с другом, равно как отношения с трансцендентным. Подобные отношения возможны благодаря особым технологиям. А. Гелл выделял здесь три основных типа — технологии производства, нацеленные на природу, технологии воспроизводства, нацеленные на установление родства, технологии установления связей людей друг с другом и высшими существами. Технологии третьего рода (“enchantment” —

«очарование, волшебство, магия») — он привлекает для того, чтобы подчеркнуть их статус не как отдельной области «искусства», противостоящей «технологии», но как технологии самой по себе (Gell 1988: 7–8).

При изучении значимости материальной культуры Миллер опирается на широкий круг европейской мысли — теорию власти М. Фуко, работы о технологии Б. Латура, работы о философии культуры Г. Зиммеля, теорию практики П. Бурдьё, идею материальности практики К. Маркса, феноменологию М. Мерло-Понти, идею действенности искусства А. Гелла.

Артефакты и практики в свете поворота к материальности

В словарях «материальность» обычно понимается как открываемая в опыте ощущений физическая плотность вещей. Но познавательный опыт людей начинается не с ощущений, а с восприятий. Напрасно было бы ожидать от восприятий какой-то гарантированной объективности в раскрытии вещей — в восприятии слитны субъект и объект, здесь сплавлено когнитивное и аффективное, познавательное и эмоциональное. Материальность артефактов отнюдь не в их вещественной осязаемости, но в их работе через технологии, изобретенные людьми. Они активны через медиа. Еще предстоит научиться отображать в языке такие характеристики артефактов, они часто оказываются невыразимы. Однако, как говорится, чем невыразимее какой-то фактор, тем он неотразимее действует.

Миф — пример невещественного артефакта, но даже если провозгласить его «духовной культурой», то он вовсе не будет противостоять социокультурной материальности. Он будет ее особым продолжением. Миф начинает существовать всерьез, когда актуализируется через технологии доступа (через словесные повествования и перформативные представления), тогда он входит в мир людей, преодолевая свою отдельность. И тогда миф — не просто информация, это перформанс, это не сущестительное, но глагол, это исполняемая и проживаемая практика.

Миллер считает, что такие авторитетные исследователи, как Р. Барт и Ж. Бодрийяр, много сделали для исследования артефактов. Они подчеркивали тот факт, что материальные артефакты могут выступать носителями мифов. Лингвистическая аналогия оказалась весьма плодотворной для демонстрации символической гибкости и силы артефактов, но эта аналогия имеет свои ограничения. Д. Миллер считает, что здесь учитывается только опосредствованная сторона объективфикации, максимально сближенная с символической сферой. В такой перспективе

языковая дискурсивная составляющая доминирует, презентативная же составляющая здесь практически исчезает (Miller 1994: 407).

Именно такой подход часто служит основой для противопоставления виртуального и реального бытия. Символическая плоскость языка при определенных условиях вытесняет предметную плоскость. Создается правдоподобное впечатление, что символы отрываются от предметов, связь между предметами и знаками стирается, знаки превращаются в симулякры — копии, не имеющие оригиналов. Сегодня виртуальная реальность понимается как искусственно созданная компьютерными средствами среда, это такая квазиреальность, в которую, тем не менее, можно проникать, испытывая реальные ощущения или их подобия. Компьютерные игры у всех на слуху — часто виртуальность связывают именно с такими техническими возможностями. При этом забывается, что с виртуальной реальностью как миром возможного люди сталкиваются с момента своего становления как вида, например, в опыте переживания любых образов, начиная хотя бы со сновидений.

Артефакты способны сталкиваться, заслонять друг друга, вступать в резонанс, порождать ответные эффекты (эхо), быть прозрачными или отбрасывать тени. Тень выступает прообразом любых изображений. Если артефакты — это результат опосредствования непосредственного, материализация имматериального, то применимы ли эти характеристики к изображениям, будь они рукотворными или техногенными? Рассуждения Д. Миллера об артефактах склоняют нас к положительному ответу на этот вопрос. Ответ на вопрос о материальности изображений как артефактов следует искать не в испытании их вещественности («можно ли тень взвесить?»), но в исследовании вопроса об их действительности — как изображения «работают»?

Сегодня изображения понимают по-разному — их толкуют как образы, их толкуют как знаки. Перспективы миметического и семиотического подходов существуют и они важны, но, так или иначе, они зависят от возможности рассмотрения изображения как вещи, предмета, артефакта. Изображение может быть отражением реальности, а может и не быть. Равно как оно может быть знаком, а может не быть. Можно видеть, как на небе облака возникают и тают, здесь происходят взаимные переходы материального в имматериальное и обратно. Роль такого «неба» может выполнять не только стена или лист бумаги, но и дисплей снимающей камеры. Камера в руках фотографа — отличное устройство, подобное театру для опытов с такого рода переходами. Иногда в ходе съемки предметы, на которые оператор «глядел» в видеоискатель, вдруг начинают

«выглядеть», они оказываются расположенными в поле кадра таким образом, какого оператор только и ждал.

Фотографическое кадрирование — это стремление управлять проекциями как материальными предметами. И работа изображений здесь — не столько ответ на познавательный вопрос — «что это?», сколько ответ на экзистенциальный вопрос — «каково это для меня?». Изображениями *проверяется* готовность зрителя *участвовать* в чем-то, изображения актуализируют то, что звучит в этих словах — «вера» и «участь».

Но вот аналоговое моделирование реальности становится цифровым. Среди исследователей нет согласия по вопросу о балансе позитивных надежд и разочарований в связи с изобретением технологий цифровых изображений. Как пишет Л. Манович, компьютеризация фотографии «полностью изменила внутреннюю структуру фотографического изображения, тогда как его “оболочка”, т. е. то, как выглядит типичная фотография, в большинстве случаев остается той же самой» (Manovich 1995). В выполнение социальных функций, в процесс, когда этот артефакт «работает», фотография вовлекается именно оболочкой.

При всех различиях в способах получения, сохранения и распространения, цифровые образы представляют собой то же самое единство материального и нематериального (открывающейся новой материальности), как это было и для аналоговых прототипов. Здесь материальность изображений — не в материи картона или рамки, но в способности изображения открывать другую реальность, для чего, конечно, нужна готовность зрителя вступить в эту игру. На многие вопросы о восприятии фотографии у нас нет полного ответа, но важен урок, который преподает феноменологическая философия — мы видим не просто картинку, мы видим с ее помощью, через ее посредство.

Упорядочивание и упорядоченность

Артефакты никогда не появляются в одиночку, но всегда с другими артефактами. Смысл данной вещи в том порядке вещей, какой уже осуществился (Miller 1994: 400). Артефакты связывают людей сетью обменов и даров. Смысл дара — в его особой утилитарности: он вызывает ответное дарение, в этом его работа.

Вселенная артефактов предполагает своего субъекта. Почему бывает трудно выбрать поздравительную открытку или чехлы для автомобильных кресел? За такой забавной трудностью, замечает Д. Миллер, серьезная причина — с ней связана трудность выбора себя, а сделав выбор, человек начинает принадлежать группе (Ibid. 1994: 398). Выступающий

в роли дара артефакт окажется у истоков важных переживаний одариваемого субъекта, они касаются его репутации, его представлений о себе. Артефакты несут на себе двойственную нагрузку — они упорядочивают мир и упорядочивают людей. «Культурный процесс — лежит в манере, какой мы упорядочиваем вещи и являемся упорядоченными вещами. И появляются две проблемы: первая, последствия самой материальности вещей и вторая, дуализм, каким мы склоняемся думать о вещах как противостоящих личностям» (Ibid).

В парадигме европейского антропоцентризма человек размещен в центре мира, он окружен искусственной реальностью артефактов. Но возможен и другой взгляд. Есть живущий своей жизнью неоднородный, меняющийся культурный космос артефактов, и к нему (на краткое время его жизни) приставлен человек. Здесь не игнорируют человека, но сразу отмечают, что, утверждая некий порядок в мире, осуществляя объективфикацию себя, переводя деятельность во внешний план, человек сам оказывается произведен этим порядком, и не только в сфере сознания, но и в бессознательной сфере, связанной со структурой телесности.

Языковые конструкции, имеющие линейную природу, раскрываются последовательно, они имеют словарь и грамматику, тогда как артефакты (а это предметы и изображения) воспринимается сразу. Миллер использует идеи философа Сюзен Лангер, которая настаивала на принципиальном различии между дискурсивными и презентативными медиа. Язык, считала она, отнюдь не единственное наше средство выражения: «Признание презентативной символики как нормального и преобладающего носителя значения расширяет наше представление о рациональности» (Цит. по: Miller 1994: 408). Миллер уточняет, что дискурсивные и презентативные медиа имеют специфику в смыслообразовании. Дискурсивные практики склоняют нас толковать понятие смысла ближе к термину «значение», «significance», презентативные медиа склоняют нас толковать понятие смысла ближе к термину «значимость», «meaningful». Поэтому «артефакты являются средствами, какими мы придаем форму чему-то, приходим к пониманию чего-то, самих себя, других» (Ibid).

Отсюда значимость для Миллера антропологии Альфреда Гелла, где на первом месте были не эстетические параметры произведений искусства, но сама материальность их бытования. Материальность социокультурных объектов действует с особенной эффективностью, строй этих объектов порождает таксономический порядок, выступает как идеология, в соответствии с которой отдельная культура является индивиду как вторая природа.

Что означает «intangible heritage» в исследованиях социокультурной материальности?

В 2003 г. была принята конвенция ЮНЕСКО, подчеркивающая важность сохранения особой стороны культурного наследия, которая была названа «intangible heritage». Дано пояснение, что это понятие «означает практики, представления и выражения, знания и навыки, а также связанные с ними инструменты, предметы, артефакты и культурные пространства» (Safeguarding... 2016).

Если «intangible» буквально понимать лишь как неосвязаемость артефактов культуры (в отечественных переводах это передается как «нематериальность»), то мы рискуем отказать Конвенции в новизне. Конвенция 1972 г. уже включала в наследие как вещественную, так и невещественную составляющие. Возникает противоречие и на уровне слов — как предметы, инструменты, артефакты и культурные пространства могут быть нематериальными? Сам предмет обсуждения («intangible heritage») исчезает из поля исследования. Уход от теоретического осмысления может серьезно ослабить и практическую работу. Не это ли отражается в том, что в перечень объектов «intangible heritage» по Российской Федерации авторитетная международная организация включила только две позиции?

Слово «intangible», как свидетельствуют словари, может передавать разные смыслы: «нематериальное», «неосязаемое», «невещественное», «неуловимое», «непостижимое». Основание, по которому в русском переводе из указанного перечня было взято отрицательное понятие «нематериальный», можно объяснить только дихотомическим пониманием отношения «материи и духа». Но отрицательное определение «intangible» как «нематериальности» логически неприемлемо: в нем говорится о том, чего в предмете нет, но ничего не говорится о том, что же в нем есть.

Можно предположить, что интересующее нас понятие («intangible») относится не к самим артефактам отдельно, но к их отношениям, оно выходит за пределы картезианской дихотомии разума и тела. Оно относится к системе медийных посредников, технологиям, с помощью которых артефакты работают, осуществляют упорядочивание мира, равно как и человека. Это понятие делает акцент на живых и перформативных аспектах культурного творчества и передачи опыта, связано с формированием идентичностей людей и их прав, эти аспекты должны быть признаны сообществами, группами, индивидами. В Конвенции проводится мысль, что перформативными аспектами следует дополнять европейское понимание культурного наследия, где доминируют идеи технической монументальности и художественного совершенства.

Если мы называем эти явления «нематериальной культурой» (тогда как перед нами перформативные практики, ожидающие исследования), то мы резко сужаем область нашего внимания, вносим раскол в понимание этой области. Перформативность живых практик или неосознанное культурное наследие — все это не противостоит, но дополняет социокультурную материальность.

Потребление

Нередко в работах, посвященных проблеме потребления, исходят из изолирующего противопоставления производства и потребления и связанного с этим противопоставления культуры материальной и нематериальной. Работы Д. Миллера ставят под сомнение риторику политиков и ученых, видящих базис социальной организации в производстве и экономике, а не в потреблении. Утверждая обратное, Миллер показывает, что социальный мир формируется во всех практиках. Миллер следует здесь логике гегелевской «объективации», идущей через производство и потребление, приводящей к социокультурной материальности (Miller 1987: 19–34). Поэтому он обоснованно опровергает доводы, что потребление противостоит социальности, что оно подпитывает культурный империализм и глобальную гомогенизацию, показывает ограниченность попыток разделять материальное и духовное потребление.

Идею объективации использовал и К. Маркс, но эта идея бралась с негативной коннотацией: объективация рассматривалась как отчуждение. Миллер же считает, что для марксизма был важен анализ социального конфликта как источника угнетения в капиталистическом обществе. С его точки зрения, марксисты переоценили значение понятия процесса производства (где происходит отчуждение) перед значением понятия потребления.

Исследование потребления не может обойти вниманием работы психологов и антропологов о различиях потребностей. Работы Миллера наталкивают на мысль, что важны не только различия между потребностями, но и отличие потребностей от желаний. Анализ желаний позволяет многое понять в поведении людей. Это различие дает о себе знать уже на ранних ступенях исторического развития. Как отмечают археологи, на первобытных стоянках находят немалое число предметов с неустановленной утилитарной функцией. Обычно их зачисляют в разряд ритуальных, но что за загадочная страсть и стремление собирать вещи?

Памятна книга Э. Фромма «Иметь или быть», где обосновывалась мысль, что обладание и бытие — это два основных способа существова-

ния человека. И когда начинает доминировать первая из установок, то люди ввергаются в «общество потребления» со всеми дегуманизирующими последствиями. Работы Миллера побуждают иначе задуматься о потреблении. Потребности отличаются от желаний своим финалом. Если потребность завершается ее удовлетворением, то про желание так не скажешь, оно всякий раз остается неутоленным, ибо с первыми шагами к желанному объекту происходит изменение субъекта, и эти изменения всякий раз напоминают этому субъекту о его собственной незавершенности. Секрет желания не в недоступности желаемого, а в неизбежной незавершенности желающего. Субъект обнаруживает, что им движет стремление достичь недостижимого, а именно — обрести самого себя в полноте бытия. Жизнь с артефактами наполняет людей беспокойством и побуждением вновь и вновь желать.

Книга Миллера «Теория шопинга» — это многолетнее исследование, в котором автор избегает чистой теории и привносит эмпирический материал с улиц Лондона. Миллер выстраивает аналогию между шопингом и глубинными социальными ритуалами. Космологическое значение ритуала жертвоприношения издавна притягивает внимание исследователей. Жорж Батай, которого Д. Миллер в конечном счете оспаривает, служит трамплином для сравнения потребления с жертвоприношением (Miller 1998a: 6–8).

Для Д. Миллера жертвоприношение есть нечто иное, чем для Ж. Батай, где оно было деянием, лишенным пользы, тратой, а потребление жертвы было активностью, через которую устанавливаются и поддерживаются отношения с божеством. Действительно, во многих обществах жертвоприношение символизирует окончание производственной стадии, выступает моментом, когда начинается потребление. Первые и наиболее замечательные произведенные продукты используются, чтобы конституировать и поддерживать отношение с абсолютным — благодаря этому люди получают не только земные блага, но пользу от любви и преданности божественным силам.

Посвящая наиболее важные траты божеству, люди делали свободными плоды для людского потребления. Утилитарная финальная стадия ритуала особо давала о себе знать, когда обозначался поворот внимания от божественного к реальному миру. На этой стадии особым путем распределяемая жертвенная пища служила основанием, подтверждением и очищением существующих социальных отношений. Такой взгляд позволил Д. Миллеру провести параллель между практиками жертвоприношения и шопингом, фокусируясь на трех ключевых стадиях.

На первой стадии, как и в жертвоприношении, шопинг включает момент, когда собирание ресурсов начинает превращаться в их трату. На второй стадии расточительная трата ресурсов начинает включать в себя бережливость, согласно Миллеру, она обязательно присуща каждому акту траты. Практики бережливости получают особую трактовку в теории шопинга. Многие покупатели из тех, кого он изучал, часто не могли объяснить, почему они пытались сохранить деньги, хотя отчаянно охотились за покупками. Логика бережливости осуществляется помимо простой экономии ресурсов или управления активами: покупатели ищут сниженные цены, безотносительно к своим финансовым возможностям. Логика бережливости в этом контексте представляет собой особый дар в будущее. В нем признание какой-то трансцендентной цели, которая более важна, чем удовлетворение непосредственных и преходящих желаний. Экономность, следовательно, представляет объектификацию жизненных целей, они сближаются с теми явлениями, в которых жертвоприношение поддерживало отношения со священным в жертвенном ритуале.

На третьей и финальной стадии часть посвящаемого возвращается в реальный мир, чтобы восстановить социальный порядок. В акте шопинга жертвенность — это то, что возвращается покупателю в форме посвященного приобретения. Важно, что покупатель, по Миллеру, понимает такую покупку не просто как объект, вещь или товар, но как объектифицированное отношение, как, например, отношение заботы и любви (Miller 1998a: 19). Через шопинг и потребление особых товаров покупатели (в исследованиях Д. Миллера — женщины) конструируют и поддерживают идеализированный образ мужа, ребенка, любого другого близкого существа, и проецируют этот образ на конкретных людей, стремятся к углублению отношения. Теория Миллера отрицает взгляд на потребление, когда объекты и вещи рассматриваются как товары, редуцируемые к простой полезности. Его теория шопинга показывает, как снабжение простыми объектами преобразуется в людские отношения, природа которых, оставаясь материальной, открывает глубокие космологические значения ежедневных покупок.

Изобретение цифровых технологий предоставило людям невиданные возможности — они позволили им переносить процессы как производства, так и потребления в социальные сети. Это отражается и в социальных науках. К исследованиям визуальности и материальности социального мира добавляются исследования дигитальной (цифровой) сферы, где на переднем плане антропологическое исследование взаимо-

связи между человеком и цифровой техникой (Miller 2012: 2–12). Обращаясь к этой новой проблематике, Миллер вновь опирается на идеи гегелевской философии, он находит их созвучными происходящему. Термином «дигитальный», отмечает он, определяется не просто все то, что может быть в конечном итоге сведено к двоичным кодам, через эти коды происходит развитие диалектики тождественного и различного. Диалектика, считает Д. Миллер, имеет дело с отношением универсального и особенно, дигитальное, как техническое открытие, усиливает диалектический характер культуры. Миллер не согласен с односторонними оценками цифровой реальности. Мы рискуем оказаться в тупике, пишет он, если станем жертвой распространенного и романтизированного дискурса, придающего большую аутентичность додигитальному миру. Следует отказаться, считает он, от бесплодной ностальгии по прежним временам.

Задача дигитальной антропологии и ее возможный прогресс заключается, по его мнению, в показе ограниченности культуры, опирающейся на аналоговые репрезентации. Нужно ли жалеть человека, когда он, приходя домой с работы, заходит на Facebook, вместо того, чтобы смотреть ТВ? Какое медиа более аутентично? Сегодня растет убеждение в том, что ТВ отнюдь не более «естественно», напротив, все чаще звучат доводы об обратном. Заметим, что голоса тревоги по поводу утраты аутентичности и подлинности для коммуникации звучали и тогда, когда в обиход людей входило ТВ (Miller, Horst 2012: 12).

Наивно думать, считает Миллер, что малые по численности общины могут рассматриваться как примеры подлинного человечества, которое находится в более натуральном и менее опосредствованном состоянии по сравнению с большими общностями, которые связаны социальными сетями. Это опровергается антропологическими исследованиями. Австралийские аборигены, например, не отличаются своей культурой от европейцев, в том смысле, что все люди, где бы они ни жили, в равной степени являются продуктами собственных объективаций. Объем артефактов, какими пользуются аборигены, по сравнению с европейцами, у них не велик, но «они используют свой ландшафт, чтобы создать необыкновенные и сложные космологические построения, которые затем становятся порядком общества, включая структуры, управляющие социальными взаимодействиями».

Цифровые технологии, считает Миллер, не производят революции в коммуникации. Даже понятие эволюции здесь будет неточным, ибо с эволюцией связывается картина поступательного движения. Здесь же скорее мы видим челночные движения, а именно: вперед-назад, туда-

сюда. Содержание общения может быть плохим или хорошим, взаимоотношения — простыми или сложными, но это отнюдь не проблемы социальных медиа. Что они действительно изменяют — так это возможность общения в условиях пространственной удаленности. И форма общения уже не устная, не письменная, но преимущественно визуальная. Новые медиа изменяют ситуацию в том, что в социальность привносится новый масштаб. Однако, как пишет Миллер, «человечество ни на йоту не стало более опосредствованным с подъемом дигитальности» (Ibid).

Социальные медиа — это просто места, где мы общаемся, обитаем в том же смысле, в каком мы обитаем, например, в офисе. В проекте, который Д. Миллер с коллегами осуществлял последние годы, ставилась задача изучать интернет не в браузерах, а как составную часть предметной, живой реальности (Миллер 2016). Антропологи из его команды поехали в девять точек мира, включая Китай, Индию, Турцию, Чили, Бразилию и Тринидад, и провели там по году на местах. Как отмечает в своем интервью Д. Миллер, они изучали, «как люди в разных регионах и с разным доступом к экономическим благам пользуются социальными медиа, разными платформами, как они строят эту часть жизни, не менее реальную, чем вещи в их комнате, рабочие инструменты или разговоры с родней. Результат этого исследования заставляет переосмыслить социальные сети как таковые»... «Мы не нашли никаких подтверждений тому, что социальные медиа как-то уменьшили разнообразие современного мира» (Miller 2016: 14)

Заключение

Книги и статьи Д. Миллера публикуются более трех десятилетий, они посвящены разным проблемам, но их направление подчинено общей задаче — преодолеть распространенную теорию «двух миров». Моральные принципы и социальные идеалы существуют не вопреки тому, что люди используют материальные объекты, но благодаря этим объектам. В статье рассмотрены его идеи, касающиеся природы артефактов, связи субъектов и объектов, приводящей к упорядочиванию человека и мира. Упорядочивание мира и упорядоченность человека — результат обширного корпуса технологических практик, пронизывающих жизнь людей, не только в производстве, но и в потреблении. Артефакты — продукты объективаций, это делает неприципиальным различие между вещественными и невещественными артефактами. Их объединяет то, что они способны воздействовать на поведение людей через разнообразные медиа, с помощью разных технологий. Антропология возникает как

наука о бесписьменных обществах, живущих родовым строем, но ее с успехом применяют и в XXI в. Способность объектов определять наше поведение и понимание себя Д. Миллер именуется социокультурной материальностью. Эта формула более удачна, чем выражение «материальная культура», которое обычно соотносится с понятием «духовной культуры». Исследования перформативных практик, опирающихся на вещественные и невещественные артефакты, позволяет расширить изучение социокультурной материальности, в том числе и средствами цифровой антропологии.

Литература и источники

Социология вещей: Сб. статей / Под ред. В. Вахштайна. М.: Издательский дом «Территория будущего», 2006.

Форум «Незамеченные революции». *Антропологический форум*, 2015, № 24. С. 7–94.

Российская антропология и «онтологический поворот». Отв. ред. С.В. Соколовский. М.: ИЭА РАН, 2017.

Миллер Д. «Смартфон — самая важная вещь из всего, чем мы сейчас владеем». Интервью с Дэниелом Миллером на московском фестивале «NOW. Как устроена современность». 31 октября 2016. Режим доступа: [colta.ru/articles/society/12910]. (Дата доступа 05.12.2016)

Appadurai A. (1980) Introduction: commodities and the politics of value, in: *The social life of things. Commodities in cultural perspective*, ed. by A. Appadurai. Cambridge: Cambridge University Press.

Gell A. (1988) Technology and Magic. *Anthropology Today*, 4(2): 7–8.

Manovich L. (1995) The paradoxes of digital photography, in: *Photography after Photography*. Exhibition catalog. Режим доступа: [http://manovich.net/content/04-projects/004-paradoxes-of-digital-photography/02_article_1994.pdf] (Дата доступа 26.10.2015)

Miller D. (1987) *Material Culture and Mass Consumption*. Oxford: Basil Blackwell.

Miller D. (1994) Artefacts and the meaning of things. *Companion encyclopedia of anthropology*, ed. by T. Ingold. London; New York: Routledge: 396–420.

Miller D. (1998a) *A Theory of Shopping*. Cambridge: Polity Press/Cornell University Press.

Miller D. (ed.) (1998b) *Material Cultures*. London: UCL Press/University of Chicago Press.

Miller D. (1998c) Coca-Cola: a Black Sweet drink from Trinidad, in: D. Miller (ed.). *Material Cultures*. London: UCL Press/University of Chicago Press.

Miller D. (2001) Driven Societies. *Car Cultures*, ed. by D. Miller. Oxford: Berg: 1–33.

Miller D. (2005) *Materiality: An Introduction*, in: *Materiality*. Durham: Duke University Press.

Miller D. (2008) *The Comfort of Things*. Cambridge: Polity.

Miller D. (2010) *Stuff*. Cambridge: Polity.

Miller D. (ed.) (2016) *How the World Changed Social Media*. London: UCL Press.

Miller D., Horst H. (2006) *The Cell Phone: An Anthropology of Communication*. Oxford: Berg.

Miller D., Horst H. (eds.) (2012) *Digital Anthropology*. Oxford: Berg.

Miller D., Slater D. (2000) *The Internet: An Ethnographic Approach*. Oxford: Berg.

Miller D., Woodward S. (2011) *Blue Jeans: The art of the ordinary*. Berkeley: University of California Press.

Munn N.D. (1974) Symbolism in a Ritual Context: Aspects of Symbolic Action, in: *Handbook of Social and Cultural Anthropology*. J.J. Honigmann (ed.). Chicago: Rand McNally: 579–612.

Safeguarding Intangible Cultural Heritage. (2016) UNESCO Режим доступа: [<http://www.unesco.org/culture/ich/en/home>]. (Дата доступа 17.05.2015).