

От товара к товарищу К эстетике нерыночного предмета

В 1925 году выдающийся советский художник Александр Родченко в первый и единственный раз в своей жизни оказался за границей. Это была не просто заграница — это был легендарный Париж: как тогда, так и сейчас — рай и одновременно ад для начинающего покупателя. Несмотря на то, что Родченко прибыл за границу для работы (постройки, как бы мы сейчас сказали, инсталляции — «Рабочего клуба» в павильоне СССР на Международной выставке декоративного искусства и промышленности), покупки и впечатления от магазинов неожиданно для него самого заняли в его парижской жизни много места, о чем можно судить по его письмам жене, художнице Варваре Степановой. В течение нескольких месяцев, проведенных в Париже, Родченко постоянно ходит по магазинам, присматривается и приценивается, совершает покупки для дома, семьи и друзей, причем помимо фототехники, которая нужна ему для работы, важнейшее место в его списке занимает одежда и белье. Себе он, в частности, покупает множество крахмальных воротничков (с большой неохотой — этот предмет белья он обычно не носит), а жене — то, что позже будут привозить из заграникомандировок все граждане СССР: резиновый пояс для чулок и сами чулки, шесть пар [Родч. 161].

Письма Родченко из Парижа — потрясающий человеческий документ, фиксирующий испытание, через которое впоследствии проходили многие советские и все бывшие советские граждане: первое столкновение с консюмеризмом, усугубленное практически полным незнанием иностранного языка. Этот же фактор в известном смысле очищает впечатление Родченко от Запада, дистиллирует его до базовых — с точки зрения человека «без языка» — моментов: покупка служит заменой коммуникации. Родченко убит и раздавлен количеством выставленного на продажу и невозможностью купить «все это». Это чувство для него мучительно, но он полагает, что оно неизбежно порождается капитализмом (при том, что возможность купить «что-нибудь» открыта: Родченко несколько раз замечает, что все относительно дешево). Привлекательные и на первый взгляд доступные западные товары вызывают у него одновременно влечение и отвращение, почти страх; он утрачивает равновесие и явно раздосадован на себя самого за собственные чувства и желания. Поэтому время от времени он срывается на патетические тирады, одну из которых хочется привести полностью.

«Свет с Востока — в новом отношении к человеку, к женщине и к вещам. Наши вещи в наших руках должны быть тоже равными, тоже товарищами, а не этими черными и мрачными рабами, как здесь.

Искусство Востока должно быть национализировано и выдано по пайкам. Вещи омыслятся, станут друзьями и товарищами человека, и человек станет уметь смеяться, и радоваться, и разговаривать с вещами» [Родч. 152].

Родченко мечтает о новом предмете, который отвечал бы не капиталистическому, но социалистическому способу производства. Такой предмет, по его мысли, избавлен от гнета буржуазного рынка и связанного с ним постоянно-го лживого показывания. Он честно говорит о том, для чего предназначен. В нем проявлены не коммерческие ценности, а ценности труда и человеческого братства.

Теплый, дружественный, не озабоченный своим внешним обликом, честный, правдивый, скромный... Не человеческий ли идеал здесь описан? Почему же в таком случае предмет, этими качествами обладающий — допустим, теплые байковые панталоны — кажется неэстетичным? Остается думать, что Родченко, с такой неохотой нацеплявший воротнички и предпочитавший фуфайки, принадлежал некоей затонувшей цивилизации — цивилизации нетоварной, неконсюмеристской эстетики и этики.

Эта статья могла бы носить название «Критика нерыночной эстетики. Подлинность, теплота и скромность в советском обществе», что является парафразом заголовка классического труда немецкого теоретика Вольфганга Фрица Хауга «Критика товарной эстетики. Кажимость, сексуальность и реклама в капиталистическом обществе» (1971). С точки зрения Хауга, капитализм, в котором меновая стоимость вещи колоссальным образом превалирует над ее реальными потребительскими свойствами, создает «товарную эстетику» в виде своеобразной «коросты красоты» на товаре. Эта эстетика, в частности, эффективно маскирует ухудшение качества товара или уменьшение его количества.

Работа проделанная Хаугом, но и не им одним (см. также Elias) в отношении капитализма, в отношении советского социализма (оставляем сейчас в стороне вопрос, был ли он социализмом в самом деле) не проделана вовсе. Критическое исследование советской цивилизации не в аспекте ее собственных идеологических заявлений, а аспекте ее оригинальной экономики, породившей столь же оригинальный быт и человеческий тип, только начинается. Оно, правда, сильно осложняется тем, что критическое исследование капитализма в постсоветской России не в моде и, более того, вызывает протест, поскольку трактуется как попытка «возвратить прошлое», что вызывает панический страх у людей, уже привыкших к товарному изобилию и считающих его синонимом счастья. Именно это (некритически воспринимаемое) изобилие считается главным признаком капитализма, в результате чего советская экономика и быт начинают восприниматься не как самостоятельная цивилизация, а исключительно как досадное отступление от нормы, как «недокапитализм», достойный лишь вытеснения из памяти или в лучшем случае публичной саркастической обструкции. Однако советский (в данном случае мы понимаем под этим — нерыночный, социалистический) предмет не есть просто «плохая вещь». Это есть «какая-то» вещь, свойства которой еще ждут своего определения.

«Все это чужое и легкое, как будто из бумаги...»

Таково мнение Родченко о западных вещах [Родч. 142]. Отчасти речь идет о его неудовлетворенности их качеством: уже через четыре дня его пребывания в Париже Родченко открывается истина, сейчас освоенная многими постсоветскими людьми — «здесь дешево отчасти потому, что плохой материал, ибо им важно дешево купить, модно ходить, а как новая мода, опять новое покупать» [Родч. 140]. В быстрой смене мод он справедливо усматривает коммерческий интерес. Однако не должен ли нас удивить тот факт, что Родченко, сам принципиальный и даже фанатичный новатор, в творчестве которого по крайней мере с 1914 по 1925 год манеры, материалы и медиа сменялись с бодрой, спортивной быстротой, осуждает смену мод? Не модой ли было движимо его собственное авангардистское творчество?

С его точки зрения — отнюдь нет. Логика новаторства у Родченко подчинена высшей цели, а о западной промышленности он говорит то, что мог бы сказать и о западном искусстве: «работают и делают много хороших вещей, но зачем?» [Родч. 142]. Таким образом, даже «хорошие» западные вещи его не удовлетворяют, если качество в них является самоцелью. Советское искусство и советский предмет должны быть наполнены сознанием цели, это должны быть вещи «о главном». Советский предмет — это овеществленная сущность, а не модная видимость, и сущностью этой должна являться сама субстанция труда. Капитализм отчуждает труд в пустых знаках-товарах, которыми пролетарий не владеет, но при социализме труд должен остаться неотчужденным, сохранить свой творческий потенциал. Именно поэтому советские вещи — в идеальном своем, редко выдерживаемом варианте — противятся эстетике «товарного вида» и переходят прямо к сути дела: теплые штаны греют, макароны питают, зенитные установки стреляют. Немодный, ни во что не упакованный, бесформенный с точки зрения товарной эстетики, предмет воплощает ненарушенную сущность; его заметная многотрудность, запечатленное в нем усилие (неловкость, негладкость, несовершенство вещи) есть песнь о труде — песнь, которая считает своим долгом быть правдивой.

Между прочим, милитаристская ориентация советской экономики также продиктована не чем иным, как привилегированием «сущностей» перед «видимостями». Те области деятельности, в которых непосредственно решались вопросы жизни и смерти (военная промышленность, космонавтика, гражданская авиация, хирургия), всегда были сильной стороной советской индустриальной и научной машины, чего нельзя сказать, например, о легкой промышленности, городском общественном транспорте и терапевтическом лечении, где риска для жизни и, следовательно, «сущности» жизни, было значительно меньше.

«... Уводят любовь»

Первое, что увидел Родченко в Париже, был продавец порнографических открыток [Родч. 136]. Через пару дней, прогуливаясь, он зашел в «какую-то “Олимпию”», где был неприятно поражен тем, как «подходят, танцуют, уводят любовь» [Родч. 138]. Западный мир показался ему миром тотальной продажно-

сти, где всякая женщина и всякая вещь ведет себя как проститутка. Она сверкает красивой и сексапильной упаковкой, бесстыдно предлагая себя.

С этой точки зрения реклама, разумеется, лжива и достойна порицания или хотя бы насмешки. Еще до своей поездки на Запад, в 1922 году, Родченко исполнил для журнала «Кино-фот» коллаж из фрагментов рекламных фотографий. Изображения вещей перемежаются с фотографиями парочек, в которых женщина при помощи кокетства и иных ужимок явно манипулирует своим партнером; надо всем царит вырезанное из газеты слово «Уговорила», а ниже изображение роскошной по тем временам ванной комнаты перечеркнуто фразой «Щадите трудовые деньги». С тех пор русское искусство, пожалуй, ни разу не занимало по отношению к рекламе столь независимой, иронической позиции: даже соц-артисты 1970-х годов, приехав в Америку, скорее смущенно-шутливо отождествлялись с ней, нежели высокомерно отдалялись от нее. И все же мы знаем, что Родченко отдал много сил и времени работе именно в рекламе, снова и снова подбирая визуальный эквивалент к «Нигде кроме как в Моссельпроме», состряпанному его другом Маяковским. Почему же он счел это для себя возможным и, более того, почетным?

Дело в том, что социалистический предмет, с точки зрения советской эстетики того времени (которую разделял и даже во многом определил Родченко), противопоставлял западной лживо флиртующей призывности вовсе не аскезу, но призывность честную. Советская государственная (а не частная, НЭПовская) реклама, которой занимался круг Лефа и в том числе Родченко, прямо и несколько наивно зовет «Покупай». Так же, презирая флирт, ведет себя и женщина конструктивизма, какой она запечатлена в эскизах спортивной одежды, выполненных Степановой, и постановочных фотографиях этих костюмов, сделанных Родченко. Эта женщина стоит широко расставив ноги, в явно сексуальной позе, при этом без всяких признаков кокетства, с честной и прямой призывностью. Здесь исключена ситуация покупки, но возможно (и требуется) взаимное согласие.

Советская вещь, какой она виделась конструктивистам (в их производственных проектах — абстрактных конструкциях и реальных кроватях, которые с равной готовностью раскладывались при первом нажиме зрителя/потребителя), — это овеществленное недвусмысленное «да», это то позитивное отношение к миру, та рвущаяся к человеку, честно проявляющая себя сущность, которую теоретик конструктивизма Алексей Ган определил словом «тектоника».

Сегодня это «да» советской вещи кажется нам наивным и глуповатым. Алюминиевые кастрюли, байковые халаты и раскладные диваны-книжки не кокетничают с нами. Как горничные в советских гостиницах, они все еще служат нам, но, не считая себя вовлеченными в конкурентные отношения, не хотят бороться за то, чтобы понравиться. Так не озабочена своим статусом уникальная, специально для нас сделанная вещь в домашнем хозяйстве. Пусть даже она не очень красива, она кажется нам таковой. Развод с нами ей не угрожает.

Советский предмет, таким образом, базируется на презумпции того, что нравится, того, что он среди своих, что человек человеку не волк. Как вся советская эстетика, этика и общественное (да и политическое) устройство, такой предмет валиден только при условии заранее созданной общности между людьми, только в обстановке консенсуса, иначе его чары мгновенно

разрушаются. Существовала ли эта общность в действительности хотя бы недолго (скажем, в 1920–30-е годы), есть вопрос спорный. Однако очевидно, что уже тогда, а в особенности позднее, поддержание этой общности требовало сильного аппарата давления, на что, собственно, и были израсходованы все экономические, моральные и интеллектуальные ресурсы советской власти.

И если в государственном устройстве, в обществе и даже в культуре власть не уставала эту общность поддерживать при помощи репрессий, то на сферу потребления ее уже не хватило. Население СССР быстро перестало быть единоклассным потребителем советских вещей (если когда-либо оно им было). К 1970-м годам «отечественный предмет» остался в одиночестве, никому не нужный и никем не любимый.

«Вещи станут товарищами»

Родченко постоянно проводит параллели между женщиной и вещью, считая, что обе они должны освободиться от вещного статуса. Это звучит парадоксально. Позиция Родченко напоминает утопическую программу современной политкорректности в ее американском варианте: положение объекта следует уничтожить вовсе, все люди и предметы должны получить статус равноправных субъектов (такие предложения в радикальной экологической политкорректности, озабоченной, например, правами древесины и молочных продуктов, действительно делаются). Оставляя в стороне проблему женской эмансипации, зададимся вопросом — что же такое предмет потребления, утративший объектность, вещь как субъект?

Это и есть советский предмет в его реальном облике, каким мы с ним знакомы не по абстракциям ГОСТов и даже ассортименту магазинов, а в повседневной жизни. Это предмет, максимально приспособленный к реальному потребителю: ушитые в боках платья; разношенные туфли; электросчетчик, переделанный так, что крутится в обратную сторону; радиоприемник, настроенный исключительно на «Голос Америки». А в особенности — все сделанное дома, будь то варенье с пенкой, свитера ручной вязки или собственноручно сбитые книжные полки. Значительную долю советских предметов составляли вещи переделанные, к чему призывали и чему учили многочисленные тогдашние журналы (например, «Наука и жизнь»), из которых можно было узнать, что полезного можно сделать из старой шины и негодной зубной щетки. Такие вещи прежде всего нестандартные, личные, а следовательно, субъектные. Именно такие вещи, а вовсе не абстрактные новые изделия советской промышленности, составляли повседневную бытовую среду жителя СССР.

Советская цивилизация, таким образом, вопреки штампам времен холодной войны, — это не унификация и не стандарт, а, напротив, индивидуальное отступление от стандарта. Это вовсе не коммунальность, а напротив, огромный примат частного над общественным, при, впрочем, большой их взаимозависимости. Советская экономика, равно как и культура, может быть понята только как комплекс официальной и неофициальной частей. Ужасное качество изделий советской консервной промышленности своей оборотной стороной имело высочайшее искусство домашних огурцезасольщиков; иностранцы всегда поражались тому, как хорошо можно поесть у советских людей дома

и как плохо — в столовых. Меж тем это были зависимые друг от друга факторы: повышение качества общепита в постсоветские годы быстро привело к падению качества (или, во всяком случае, резкому сужению предложения) в области домашней еды.

Дилемма «официальное — неофициальное», пронизывавшая и структурировавшая всю советскую культуру и экономику, оставляла в тени другую дилемму, на которой базируется капиталистическое общество: дилемму «мужское — женское». Имеется в виду противопоставление мужчины как сексуального субъекта и женщины как сексуального объекта — противопоставление, сложившееся в патриархальной культуре XIX века, которая в СССР оказалась почти уничтоженной. Отрицая разделение на субъектов и объекты, советское общество провозглашало тотальную субъектность, равенство всех перед всеми, включая женщин, детей и вещи. Однако эта гуманистическая программа оказалась утопией: на практике этот «унисекс» означал, что все субъекты являются объектами государства. Свободная женщина в СССР принадлежала власти, что прекрасно продемонстрировано, например, в позднем фильме соратника Родченко Дзиги Вертова «Колыбельная» (1939), где в огромном «гареме» советских женщин имеется всего один мужчина — Сталин. Все «официальные», новые, промышленные вещи также как будто бы принадлежали государству, и только вязаные коврики оказывались от него свободны.

«Вещи не должны быть рабами»

Забота о субъектности любых меньшинств заставляет Родченко думать не столько о том, что человек не должен быть рабом вещи, сколько о том, что ей самой не следует быть рабой. С точки зрения раннего советского социализма, вещи — это пролетарии. В написанном в 1924 году романе Мариэтты Шагинян «Месс-Менд» вещи-пролетарии борются со своими угнетателями-владельцами: герой романа Микаэль Тингсмастер (Мик-Маг) учит рабочих «одушевлять вещи магией сопротивления» уже в момент изготовления, поскольку они «идут служить во вражеские кварталы» [Шагинян 16].

Одушевление достигается путем солидарного слияния рабочего с материалом вещи, в чем можно видеть реминисценцию того, как специфика русского авангарда была определена в 1913 году футуристом Бенедиктом Лифшицем: «сокровенная близость к материалу» в противоположность западной отстраненности и критичности (манифест «Мы и Запад»). Готовность к солидарности и близости, которые когда-то считались русской национальной чертой, а теперь трактуются как сущность социализма, были идеалом и для левовского круга конструктивистов (к нему близка и Шагинян), но даны они только рабочим и обитателям государства рабочих. Не-рабочие (то есть угнетатели и их прихлебатели) не могут насладиться близостью к вещам. «Меня не любят вещи», признается мещанин, осколок старого быта Николай Кавалеров в романе Юрия Олеши «Зависть». В приключенческом романе Шагинян вещи, сделанные по заветам Мик-Мага, помогают пролетариям бороться с буржуазией: в нужный момент замки размыкаются от одного нажима рабочего, двери подслушивают, зеркала — фотографируют. Таким образом, свою основную функцию они не исполняют вовсе (замки не запирают) или испол-

няют каким-то образом, о котором нам мало что известно (неясно, хорошо ли отражают зеркала в свободное от фотографирования время).

Этот роман-утопию можно посчитать антиутопией, пророческой пародией на тотально наполненный «прослушками» быт эпохи КГБ. Пророчество относительно послевоенного СССР, однако, состоит и в том, что предмет потребления здесь не только не дружелюбен к потребителю, но и нарочно вредит ему, будучи при этом заодно с производителем. «Хозяин вещей – тот, кто их делает, а раб вещей – тот, кто ими пользуется», утверждает Шагинян устами Миг-Мака [Шагинян 17]. Эта философия прямо противоположна консюмеристской установке современного западного капитализма и, следовательно, имеет совершенно другие культурные и экономические последствия. Хауг естественным следствием «товарной эстетики» и соответствующей идеологии считает так называемый «шоплифтинг», или воровство в магазине самообслуживания (вор поддается именно тому соблазну обладать, на который рассчитана вообще вся эстетика товара) [Haug 38–39]; в СССР столь же типичным феноменом являлся тип поведения «несунов», или производителей, уносивших с заводов и фабрик готовые изделия и запчасти, полагая (в соответствии с идеологией социализма), что они им принадлежат.

В позднесоветское время потребители, которым нехорошие (в моральном и физическом смысле) вещи нанесли вред, солидаризировались между собой против команды, в которой плечу к плечу стояли вещи и производители. Информация о том, какие сосиски съедобны, а какие нет, передавалась из уст в уста, как во время партизанской войны. Продащица всегда держала сторону покупателя и часто «не советовала» покупать сметану, зная о ее несвежести (именно эту привычку сейчас старается искоренить постсоветская торговля и ресторанное дело, меж тем о ее утрате можно лишь пожалеть). В известном смысле крах СССР был предопределен тем, что армия потребителей задавила армию производителей просто количественно. В связи со всемирным феноменом гибели рабочего класса в его традиционном варианте уже никто в СССР не считал себя производителем, меж тем покупателями были все.

«... Выдано по пайкам»

Распределение, которое в сегодняшнем сознании прочно ассоциируется с мрачным казарменным бытом, кажется Родченко чем-то значительно более морально оправданным, чем товарно-денежный обмен. Последний в современном обществе по обе стороны бывшей берлинской стены настолько обожествлен, что критика его редко находит сочувственный отклик. Меж тем аргумент, который в 1971 году приводит Хауг, – о том, что деньги, разделяя акт натурального обмена на две части, продажу и куплю, разделяют людей [Haug 14], – был близок и Родченко. Непосредственность обмена казалась более искренней и человеческой. Отсюда такие феномены советской экономики и ее языка, как натуральный обмен (выдача заработной платы в виде товаров) и слово «взять» как синоним и эвфемизм слова «купить».

Привилегирование непосредственного распределения перед обменом, опосредованным деньгами, связано, разумеется, с той огромной, фетишизированной ролью, которая отводилась в советском обществе близким челове-

ческим отношениям вообще. В мире без частной собственности оказались гипертрофированы частные связи, частная психология, эмоции и аффекты. Именно они стали «священной коровой» социализма и оберегались (в том числе и законодательно: закон, например, стоял на страже семьи) так же бережно, как частная собственность в мире капитала — несмотря на то, что частные эмоции, так же как и частная собственность, не являются феноменом, безусловно и всегда приводящим к положительным последствиям.

Мир частной собственности порождал человеческие проблемы, печально связанные с отчуждением (см. фильмы Антониони), и эстетические эффекты, счастливо базирующиеся на том же самом (ирония, работа с языком, цитирование и т. д.). Но мир социализма советского типа генерировал нечто совершенно другое: психологические феномены взаимозависимости и круговой поруки, истерики и мучительной дружбы, теплоты и интимности, а также сильные эстетические эффекты, связанные со всем этим (например, эффекты неловкости и стыда, на которых базируются лучшие фильмы социалистического лагеря — ранние фильмы Формана, Поланского, Муратовой, Климова, Хуциева).

В принципе моральным идеалом социализма советского типа была коммуникация всех со всеми, которая должна была заменить собой консумпцию. Популярное выражение «роскошь человеческого общения» красноречиво свидетельствует об этом. На практике продукты от деревенских родственников и детские вещи, полученные в дар от весьма отдаленных знакомых, составляли часть советского жизненного уклада. Платой за это служило именно общение, письменное или личное, когда родственники и отдаленные знакомые приглашались погостить, иногда надолго.

Непосредственное сближение людей друг с другом, в частности, сближение художников между собой, Родченко считал главной задачей советского искусства и главным его опознавательным признаком, гораздо более важным, нежели создание каких-то новых, или вообще каких бы то ни было, форм. Речь шла прежде всего о создании отношений. «Нужно держаться вместе и строить новые отношения между работниками художественного труда. Мы не организуем никакого быта, если наши взаимоотношения похожи на взаимоотношения богемы Запада», писал он [Родч. 160].

Этот примат отношений над продукцией странным образом дожил до московского концептуализма 1960–70-х годов, во всем остальном конструктивизму совершенно не близкого: Илья Кабаков и его окружение в своих работах, построенных как диалоги, взаимные комментарии, реакции друг на друга, создавали прежде всего институцию «круга», а уж потом некое направление и еще более потом — некий стиль. Сходство с конструктивизмом доказывает, что господствовавшая в СССР форма собственности (точнее говоря, отсутствие частной собственности) оказалась гораздо более значимым фактором для диссидентского неофициального искусства, чем оно само готово было признать.

«Скорей бы купить...»

Аскетический быт советского государства хранил в себе колоссальные залежи желаний, которые оказывались спроецированы на немногие предметы быта, в особенности импортные. Конструктивисты склонны были всегда

недооценивать эти человеческие слабости, но Родченко в Париже, искаемый недоступными витринами, много перестрадал и многое понял. Именно после своей парижской поездки он пришел к пониманию того, что всякое изображение есть изображение желания и желаемого; фетиш изображения неуничтожим. Именно тогда в его фотографиях вновь возникли уничтоженные было женщина (а не человек вообще), вещь и реминисценции традиционной картины.

В 1927–1928 годах Родченко стал снимать (купленной в Париже техникой) «эстетские», визуально эротизированные натюрморты из стеклянных ваз, заслужившие критику его товарищей-лефовцев, а также весьма необычные портреты Степановой — теперь уже не в рабочей косынке и не в длинной юбке с широко расставленными ногами, а в подчеркнуто «сексапильном» наряде: узкой юбке, со скрещенными ногами в шелковых чулках, в длинных бусах, иногда с распущенными волосами и на постели. На этих фотографиях вещи — хрустальные салатницы, жемчужные бусы и зеркала — вызывают у нее нечто вроде эротического восторга. По крайней мере так снимки срежиссированы Родченко. Новизна ее изображения еще и в том, что она подчеркнуто пассивна, с опущенными долу глазами; такой же пассивной (и прекрасной) выглядит теперь у Родченко вещь. Внутри его произведений неожиданно прочитываются традиционные отношения «субъект-объект», которые не столько отреставрированы, сколько продуманы им — в канун того, как оформилась эстетика социалистического реализма, которая базировалась как раз на реставрации традиционного живописного объекта при понимании его исключительно как объекта желания. Родченко шел тем же путем, но более рискованным и потому более интересным его руслом.

«Вещь-товарищ» оказывалась еще в большей степени наполнена желанием, чем даже вещь-товар. Советская эстетика, стремившаяся избежать и прямо запретить эротическую ситуацию вуайеризма как несправедливую, неравноправную и индивидуалистическую, ориентировалась на «взгляд массы», но этот голодный взгляд порождал вуайеристские энергии колоссальной силы. Вещь в советской цивилизации оказывалась донельзя фетишизированной, а атмосфера «товарищества» — близости, единения, слияния — донельзя сексуализированной. Отсутствие частной собственности снимало культурные и эстетические барьеры. Несмотря на многочисленные научные труды и не менее многочисленные личные воспоминания, все еще ново звучит точка зрения, согласно которой секс не просто не отсутствовал в жизни граждан СССР, но всегда занимал в ней одно из центральных, а весьма часто и непомерно гипертрофированных мест. Как и интимность отношения с вещами, эта часть советской цивилизации еще будет когда-нибудь исследована.

2 апреля 1925 года (ему оставалось сидеть в Париже два с половиной месяца) Родченко мечтал о том, как бы быстрее уехать домой. «И вот я думаю скорее все устроить, заработать, купить и — какое счастье — приближаться к Москве. Отсюда она такая дорогая». [Родч. 142]. Для Родченко «дорогая» означает близость и теплоту, а не уровень цен. Это абсолютная, а не относительная ценность — подобно тому, как «Красная» в названии площади означает «самая красивая», а не «находящаяся в цветовом спектре где-то между оранжевым и фиолетовым».

Сегодня, когда Москва стала «дорогой» совершенно в ином смысле, фраза Родченко читается иначе. Желание «скорее все купить» на Западе, потому что Москва «такая дорогая», хорошо знакомо многим сегодняшним постсоветским гражданам. Они на собственном кошельке узнали, во сколько им обходится фетишизация капитализма и его символических форм (в частности, предметов роскоши и всего того, что на них отдаленно похоже) в нынешней России и насколько многое дешевле в странах, где отношение к капитализму более трезвое. Опьянение товариществом на территории бывшего социализма привело к опьянению товаром.

В статье цитируются следующие источники:

- [Elias] Norbert Elias. Ueber den Prozess der Zivilisation. Soziogenetische und psychogenetische Untersuchungen. 2 Bände. Suhrkamp 1977 (третье издание).
- [Haug] W.F. Haug. Critique of Commodity Aesthetics. Appearance, Sexuality and Advertising in Capitalist Society. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1986 (первое издание – 1971).
- [Родченко] Александр Родченко. Опыты для будущего. Дневники. Статьи. Письма. Записки. М.: Грант, 1996.
- [Шагинян] Мариэтта Шагинян (Джим Доллар). Месс-Менд, или Янки в Петрограде. Роман-сказка. М.: Детгиз, 1960.