

**ОЛІЙНИК Олександра**  
кандидатка культурології,  
завідувачка відділу теорії та історії культури  
Інституту культурології НАМ України

## **МІЖДИСЦИПЛІНАРНИЙ ПОШУК В ТЕОРІЇ КУЛЬТУРИ: КОНЦЕПЦІЯ “КЛАС ДОЗВІЛЛЯ” Т. ВЕБЛЕНА**

Спадок, що його залишають у працях теоретики економічної теорії, лише частково опрацьовується в теорії культури, хоча якщо керуватися якнайширшим визначенням культури, описані економічні процеси є частиною процесів культурних, а міждисциплінарні об'єкти дослідження в теорії культури часом стають предметом наукового опрацювання в теорії економіки. Не виняток і культурне споживання.

Культурне споживання можна вважати і самостійним напрямом дослідження, що однак невідривно пов'язаний з економічним і культурним процесом. Адресна прив'язка до культурного споживання міститься зокрема в теорії так званого «класу дозвілля», визначеного Торстейном Вебленом. Попри те що роль класу дозвілля значно змінилася в ХХ ст., актуальності теорія не втрачає, надте знаходить суголосні ідеї в працях другої половини ХХ століття і початку ХХІ століття. Переважна більшість усталених стереотипів, пов'язаних з культурним споживанням, прослідковуються в працях протягом всього ХХ сторіччя. Найбільш відомі пов'язані з дихотомією високого і низького, однак можна звернутися до іншого протиставлення — продуктивного і непродуктивного класу, як це запропоновано Вебленом.

Торстейн Веблен у праці «Клас дозвілля» (1899) (прим. на підваження українського перекладу праці як «Бездіяльний клас» може слугувати цитата «дозвілля не має конотацій з лінощами, повільністю або неактивністю чи станом спокою. Конотація, що закладена, пов'язана з непродуктивним споживанням часу. Час споживається непродуктивно або через відчуття неадаптності продуктивної роботи, або як свідчення фінансової можливості дозволяти собі життя в лінощах» (Veblen, 1899, с. 39) зазначає, що

несприйняття продуктивної витрати часу, особливо пов'язаного з чорноробством, вульгарним побутом і дешевими умовами життя стала причиною надання особливої цінності дозвіллю як прояву багатства, що, на його думку, засвідчує вторинність і залежність таких уявлень (Veblen, 1899, с. 36).

Таке теоретичне розрізнення він називає архаїчним, підкреслюючи що небагато представників «кращого» класу не відчуває інстинктивної огиди до вульгарних форм праці.

І якщо до сприйняття праці ХХ століття внесло значні корективи, культурне споживання і дозвілля до сих пір в теоретичних працях несуть відбиток несприйняття, що найяскравіше проілюструвати тим, як із часів давніх греків до кінця ХІХ століття представники вдумливого прошарку уникають контакту з продуктивними процесами як служіння щоденним цілям, існування завжди впізнавалися мислячими людьми як передумови до цінного чи красивого, інколи безсоромного людського життя само собою і наслідками життя дозвілля є красивим і більш благородним в очах усіх цивілізованих людей. Саме це Веблен називає вторинним і похідним і частково впливає на оцінювання користі дозвілля як засобу отримання поваги від інших і частково це результат розумової підміни: стати до праці сприймалося як умовний доказ нижчої сили (Veblen, 1899, с. 36 ).

Ця несумісна з темпами розвитку технологій ідея зрештою привела до запозиченого філософами і соціологами культури розмежування культурного споживання, в той час як економічна сутність процесу непродуктивного споживання часу була і залишається економічно обґрунтованою.

Критична оцінка західного суспільства на порозі ХХІ століття, зокрема, засвідчує, що практика відмежувань не забута, що привело до формування снобістського ставлення до груп споживачів певних культурних продуктів.

Однак, повертаючись до теорії «класу дозвілля», треба наголосити, що для дослідження культурного споживання цінність теорії насамперед пов'язана з двома важливими застереженнями.

По-перше, культурне споживання в теорії Т. Веблена підкоряється ірраціональному вибору, де культурне споживання часто продиктоване не об'єктивною якістю і не смаками, а прагненням наслідувати канон вищого за статусом прошарку.

По-друге, Веблен висновує, що культурне споживання є індикатором статусності, де статус стає мотивом, а культурні продукти — інструментом: вибір вистави, виставки, твору мистецтва покликають затвердити або підтвердити певний соціальний статус.

Те, як Т. Веблен прослідкував зв'язок між способом життя, статусом, престижем, дає можливість порівняти його визначення «демонстративного споживання» із теорією П. Бурдьє.

Веблен споживання відносить до сигнальної системи належності до «класу дозвілля» як характеристики аристократичного класу американського суспільства пізнього ХІХ століття, у той час, як Бурдьє трактує споживацькі практики як класові, власне фокусуючись на демонстративному споживанні як на ознаці домінування.

Вебленівська теорія «класу дозвілля» є сатиричним описом сучасного йому суспільства, в той час як ідеї П. Бурдьє сприймаються як класичні в дослідженнях культурного споживання. Т. Веблен вважає, що клас дозвілля, що «вижив» від середніх віків, увічнив анахронічні соціальні інститути, які, на його думку, не привносять нічого в загальний добробут і тому є марними. Веблен вбачає закономірність в культурному процесі в появі класу дозвілля із зародженням прав власності в прадавні часи, ставлячи за мету прояснити як в промислові (індустріальні) часи клас дозвілля і його права власності стали основними соціальними інститутами, хоча жоден з цих інститутів не мав визначного впливу на економічний розвиток суспільства. Вживанням вони завдячують символічним, неекономічним чинникам, тісним сплетінням уявлень про вищий спосіб життя і соціальне визнання (Guimarães 2010, p 3).

### **Література**

1. Guimarães, Maria & Oliveira, Eva & Rocha, Magda. (2010). Conspicuous distinction: a reading of Veblen and Bourdieu. Management and Economics Faculty, Catholic University of Portugal, Porto: Portugal. <http://ideas.repec.org/p/cap/mpaper/032010.html> (FEG-UCP Série Documentos de trabalho em Gestão 03/2010). Faculdade de Economia e Gestão, Universidade Católica Portuguesa. 2010.

2. Veblen Th, (1994) The theory of the leisure class. (Dover thrift editions). Originally published: New York, Macmillan, 1899. With new introductory note. ISBN 9780486115627.