

ОДНОРАЗОВА РІЧ У СУЧАСНОМУ ПОВСЯКДЕННІ

Одноразові речі нині є невідокремною складовою повсякдення. З'явившись на початку ХХ ст., вони поступово посіли вагомe місце в нашому побуті, подекуди витіснивши речі багаторазового вжитку. Але науковці ще мало дослідили цей компонент матеріальної культури, більшою мірою до цієї теми звертаються екологи, соціологи та економісти, хоча сам факт присутності одноразової речі в культурі вже є приводом для досліджень. Ця стаття має на меті виокремити та проаналізувати різні аспекти буття одноразової речі в сучасному повсякденні, які автору видаються важливими. Звісно, охопити все одразу неможливо, тому акцент зроблено передовсім на тому, як одноразова річ нівелює цінність речі в цілому, змінюючи культурні традиції. Стаття торкається теми фактичного переходу в категорію одноразових речей тих предметів ужитку, які апріорі розраховані на тривалу експлуатацію. Також зачіпається аспект ресайклінгу – напряду в дизайні, коли робиться спроба «інкультурувати» одноразову річ, перетворивши її на предмет тривалого використання, або використати в господарстві в той чи той спосіб.

Ключові слова: річ, одноразова річ, культура повсякдення.

«Людина так любить одноразові речі, тому що вона й сама одноразова» – цю фразу приписують Габріелю Гарсія Маркесу. Зараз важко собі уявити світ без речей одноразового використання. Вони зручні, гігієнічні, не потребують догляду і не формують з людиною жодних зв'язків. Купив, використав і викинув – ось так виглядає процес взаємодії людини та одноразових речей. Нині є така професія – гарболог. Це фахівці, які досліджують сміття, з'ясовуючи, що саме ми викидаємо туди. За їхніми спостереженнями, в наш час у сміттєвих баках дедалі частіше домінують речі, які раніше там траплялися рідко: одноразовий посуд, одноразові кулькові ручки, дитячі підгузки, упаковка, пластикові пакети тощо. Із розвитком суспільства споживання асортимент одноразових товарів дедалі ширшає: нині одноразовою може бути і постільна білизна, і предмети особистої гігієни, рушники, спідня білизна, фотоапарати, шкарпетки і багато іншого. Одноразовість надійно увійшла в наше повсякдення, ми користуємось цими речами щодня. Але так було не завжди. Кожна культура формує своє власне ставлення до світу речей та способу його конструювання. Річ є відображенням духовного світу суспільства на кожному відрізьку його існування. З одного боку, річ відображає уявлення того, хто її створив, з іншого – людина, що творить річ, закладає в неї картину світу свого народу. Тому поява речі обумовлена самою культурою, її потребами, а ставлення до речі в багатьох випадках визначає шлях розвитку суспільства в цілому. Тому зміна статусу речі

в культурі та зміни в стосунках людини і речі варті особливої уваги.

Загалом річ не можна вважати малодослідженим компонентом культури. Набагато менше досліджень присвячено побутуванню речі, зокрема й одноразовій, у сучасному повсякденні. Це більше притаманне соціологам, маркетингологам, економістам, аніж культурологам, оскільки для них річ – це передовсім товар, рух якого вони відстежують, а також складова соціальних стосунків [1; 3; 4; 6; 18]. Скажімо, в американській соціології виник термін *affluenza*, яким позначають стимулювання виробниками та фінансовими колами надмірного споживання речей. Цей термін ввів Джон де Грааф у книзі «*Affluenza: The All-Consuming Epidemic*» (переклад російською мовою «Потреблятьство. Болезнь, угрожающая миру» [5, с. 16]). Менше уваги цьому поняттю приділяють етнологи, культурологи та антропологи, втім, певний доробок уже існує і є надія, що він надалі розширюватиметься. Зокрема, цю проблему зачіпає російський дослідник В. Корнев [9–11], який займається аналізом функціонування речі в сучасній культурі повсякдення.

Ця робота має на меті виокремити характер стосунків «людина–річ» у контексті сучасного повсякдення, оскільки річ поступово починає сприйматися як певна форма міжособистісних стосунків, відтак у наш час відбувається пошук нових смислів у речі як такій.

У цілому система стосунків «людина–річ», так само, як і статус речі в культурі, пережила

кілька етапів свого існування. Скажімо, В. Голофаст виділяє, як він це називає, три режими – від традиційної культури через індустріальне суспільство і до сучасності. На думку дослідника, максимальну цінність річ становила в традиційному суспільстві. «За першого режиму речі були дефіцитом, становили колективну цінність. Люди пристосовувалися до кожної речі, річ ставала частиною особистості, звичною умовою способу життя, ідентичності, що символізує життєвий шлях не тільки даної людини, але і її соціального оточення. Речі символізували зв'язок поколінь, поставали як частина епохи, індивідуальної та колективної біографії, були фундаментом звичної поведінки, що обумовлює її інтегрованість з іншими сторонами побуту. Річ була відкрита людині, у речей була душа. До них ставилися серйозно і дбайливо, значна частина побутової діяльності була пов'язана з доглядом за речами, їх обслуговуванням. Культурно здійснювалася поетизація, одухотворення речей. До кінця життя у людей накопичувалося багато старих речей, що відбивали їхню особисту і колективну історію. Речі визначалися цією історією, слугували їй підсумком (“все, що нажили”) і виражали її сенс. Можна сказати, що такий режим був характерний для традиційного та ранньоіндустріального суспільства» (переклад наш. – Ю. Н.) [3, с. 2]. Такої самої думки дотримується і С. Каримова [8, с. 347].

Суттєві зміни в стосунках людини і речі відбулися у ХХ ст. разом із остаточним впровадженням масового виробництва. Нові реалії призвели до багатьох змін як на мікрорівні (побут, цінності повсякденного життя), так і на макрорівні (суспільна свідомість та буття), що спричинило переосмислення світоглядних орієнтирів, способу життя і норм поведінки, а також певні моральні втрати. Для сучасної людини річ перестала бути осмисленою та стійкою формою буття. Ми бачимо, що ХХ століття поступово прибирає межі між реальним та віртуальним світами, при цьому річ втрачає фізичну присутність у світі і не встигає перетворитися для людини в життєво значущий символ. Деякі дослідники культури зазначають, що спостерігається відчуження людини від створеного нею предметного середовища, річ «втрачає обличчя», змінюється інтерпретація її сутності. Річ втрачає здатність нести інформацію про людину, її починають сприймати як знак, який відсилає до іншого об'єкта, або звичайний об'єкт споживання, але не в повноті своїх онтологічних характеристик.

Економічна ситуація монополістичного ринку диктує нові умови споживання сучасній

людині: товарів стає дедалі більше, але їхня якість та надійність неухильно знижуються. Людині не треба розбиратися в тому, як діє той чи той пристрій, яким вона користується, достатньо просто пам'ятати, на яку кнопку треба натиснути, немає потреби ремонтувати річ, адже набагато простіше купити щось нове, аніж відремонтувати старе, нема потреби берегти речі, адже нині вони швидко застарівають і їх усе одно треба буде міняти. Саме завдяки подібним товарам люди все швидше відвикають ставитися до речей з пошаною, адже одноразову річ не шкода. Ми розлучаємося з ними спокійно, ми до них не прив'язуємось і не сумуємо за ними. Згодом таке ставлення стає звичкою і подекуди починає стосуватися не лише речей. Люди споживають дедалі більше і все менше взаємодіють із цим світом, все менше перетворюють його та все більше самі підлаштовуються під світ речей. Саме через ставлення людини до речі формується ставлення людини до людини. Адже річ – це не просто вжитковий предмет, це ще й час, праця та зусилля, які людина вклала в неї, аби вона принесла практичну та естетичну користь. «Повсякденна реальність змінюється набагато швидше, ніж будуються і руйнуються держави, змінюються покоління, пишеться музика, публікуються книги. Світ повсякденних речей зникає безповоротно, ми без жалю розлучаємося зі стрімко застаріваючими телевізорами, автомобілями, комп'ютерними програмами. “Старий комбайн став займати надто багато місця”, – резюмує рекламний ролик кухонного комбайна Bosch, герої якого везуть нещасний прилад з міста на звалище так, як раніше вивозили подаль і кидали собак жорстокі господарі» (переклад наш. – Ю. Н.) [11, с. 6–7].

Широкое впровадження різноманітних інновацій у сучасне повсякдення створює людині-споживачу комфортні умови, але не забезпечує вміння розумно використовувати отримані технологічні можливості. Фактично, сформувався певний розрив на рівні розуміння між людиною та речами, які вже є невідокремною частиною їх повсякденного побуту. Ці речі перебувають поза розумінням людини, вони для неї занадто складні, аби розібратися у функціях та можливостях, тим більше, що доступність товарів завжди дає можливість щось поміняти, щось викинути, піти придбати щось нове. Таку ситуацію провокують і самі виробники – вони не зацікавлені в тому, щоб людина могла детально розібратися в будові «розумних речей» і самостійно їх відремонтувати, адже якщо людина відремонтує стару річ – їй не треба купувати нову, а це збитки для підприємця. Замість того, аби купувати нове, така

людина фактично випадає з процесу купівлі-продажу, не стимулює торгівлю, не підтримує попит і стає не вигідною для ринкової економіки, адже споживання має лише зростати.

Останнім часом у різних виданнях та на різних форумах висловлюється думка про змову виробників, аби речі, які апіорі прислачені для тривалого використання, перетворювати на практично одноразові. Для цього є достатня кількість різних прийомів. З одного боку, це прийоми суто маркетингові: у тубика зубної пасти збільшили отвір; фільтри для води та бритви оснастили індикатором ресурсу, який підштовхував до частішої заміни змінних блоків; картоплечистки почали фарбувати під колір картоплі, аби господині викидали їх через не уважність разом із картопляними лушпайками. Саме в цей час і з'явилися одноразові аналоги побутових речей, як-от рушники, хатні капці, посуд тощо [1]. Як зазначають соціологи, «одноразовість речей замінила їхню колишню робочу довготривалість. Одноразовим стає майже все – від одноразових стаканчиків та іншого посуду до одягу... І це нормально, бо немає нічого вічного під місяцем консюмеризму, відповідно до якого стимулюється бажання споживати все більше і більше, не замислюючись про те, що споживається ширвжиток. На якісну продукцію, зроблену “на віки”, зникає попит» (переклад наш. – Ю. Н.) [6, с. 26].

Формується тенденція, яка послаблює зв'язки людини та речі. Вони вже не такі міцні, як у традиційній культурі, коли людина, створюючи річ, фактично повторювала процес створення світу і переносила на неї частину свого «я». Така річ слугувала довго і задумувалася за змоги «на віки». Тепер речі виготовляються масово, а участь людини в їхньому виробництві доволі опосередкована. До того ж тепер надійності та тривалого використання від речей ніхто не чекає. Побутова техніка зазвичай ламається одразу ж після закінчення гарантійного терміну, одяг, що втрачає вигляд після кількаразового прання, вже сприймається таким само одноразовим, як і пластиковий чи картонний стаканчик – це все переформатовує стосунки людини з річчю, коли надійність речі та, якщо можна так сказати, довіра людини до неї відходять у минуле. Людина вибрала (або ж виробники товарів зробили цей вибір за людину) шлях, на якому вона задовольняє свої потреби через придбання все більшої кількості речей, термін використання яких стає все коротшим, тож система традиційних стосунків «людина–річ» поступово відходить у минуле, поступаючись світу одноразових речей, з якими у людини не виникає емоційних

контактів, а стосунки формуються в площині «купив-використав-викинув». На цій тенденції зупиняється, зокрема, В. Голофаст. Він зауважує: «Створюється враження, що споживання, яке нав'язує міжнародний масовий ринок, перетворює речі в агресивні елементи оточення, від яких не вдається позбутися навіть надзвичайним зусиллям. Виникає дуже сильна тенденція до деструкції речей. Спостерігається сильне споживче відчуження. Більше немає довіри до речей, замість неї на довіру заслуговують тільки фірми, знаки, виробники, інструкції, тобто символи інституційного порядку, в окремому випадку, ринку і стратифікації. Користувач речі потрапляє в полон до реклами, до чуток, а не спирається на досвід поводження з предметом і репутацію його власника або зберігача, на соціально-культурний капітал їх груп належності» (переклад наш. – Ю. Н.) [3, с. 3].

З іншого боку, нині спостерігається й інша тенденція, яка може свідчити про те, що культурні стереотипи є доволі стійкими і ще діють, зокрема і в системі стосунків людини і речі. Йдеться, зокрема, про напрями в дизайні та практиках на пряму «hand-made», коли за основу береться саме одноразова річ або така річ, яку вже не можна використовувати за призначенням. З цим працюють як аматори, так і професійні дизайнери. Матеріал використовують будь-який: від одноразових стаканчиків та пластикових пляшок до картонних коробок, баночок з-під крему, битого посуду, яєчної шкаралупи та старих футболок. Виготовляють із цього матеріалу також усе що завгодно: від прикрас, сумок, шкатулок, кашпо та інших елементів інтер'єрного декору до меблів, знарядь праці та різного роду корисних пристроїв. На Ютубі є достатня кількість каналів, аудиторія яких сягає кількох мільйонів і які присвячені не тільки «hand-made» як такому, але й виготовленню корисних речей саме з того, що апіорі є одноразовим і має бути викинутим після використання, а також переробці того, що застаріло, зіпсувалось і вже не може використовуватись у повсякденному житті. Достатньо подивитися випуски програми «Все буде добре» на телеканалі СТБ, у яких професійний дизайнер показує та розповідає, як із непотребу виготовити прикраси, предмети для декору інтер'єру тощо [12–17]. Або взяти канал «5 minute crafts», у якого понад двадцять мільйонів підписників і матеріали якого присвячено темі «hand-made» та різного роду лайфхакам, коли в хід іде все, що є під рукою [19; 20]. Звісно, це ідеї від професійних дизайнерів, але стосуються вони абсолютно різних сторін повсякденного життя та абсолютно різних життєвих

ситуацій, причому одна з ключових ідей, яка чітко проглядається в більшості випусків, – це те, що не варто викидати речі, не спробувавши їх спочатку пристосувати в господарстві. Свого часу за це висміювали мешканців Радянського Союзу (мили целофанові пакети і сушили на балконі), а тепер на Заході популярними є лайфхаки «як правильно скласти пластикові пакети, аби вони займали менше місця», «як зробити вазу з пластикової пляшки» тощо.

Зрозуміло, що цей напрям є складовою напрямку DIY (do it yourself), який почав набирати популярності в другій половині ХХ ст. на Заході і фактично перетворився на самостійну субкультуру. Все починалося з ремонту житла або автомобіля, зробленого власноруч, із власноруч зроблених меблів та одягу тощо. Нині у цього руху величезна кількість прихильників, що віддають перевагу речам у стилі «hand-made»: від прикрас та аксесуарів до меблів, світильників, декоративних предметів. Цей напрям об'єднує дрібних ремісників, дизайнерів, домашніх умільців і всіх, хто любить речі, зроблені індивідуально. На нашу думку, поява та популярність цього напрямку є свого роду реакцією людини на суспільство споживання з його гонитвою за все новими речами та фактично одноразовим навколишнім предметним середовищем. Тобто, з одного боку, ми бачимо масове виробництво і величезну кількість одноразових речей, а з іншого – людина намагається в певний спосіб «адаптувати» одноразову річ до більш давніх культурних традицій, вклавши в неї свою працю і перенісши на неї частину самої себе. Це, на нашу думку, один із парадоксів сучасного повсякдення: з одного боку, ми нікуди не можемо дітися від техніки та гаджетів, у які розробник та виробник від самого початку заклали ідею фактичної одноразовості,

а з іншого – ми намагаємося включити у звичну нам картину світу одноразовий стаканчик, перетворивши його на світильник, або бити тарілку, зробивши з неї кольє.

Отже, проблема функціонування одноразових речей у сучасному повсякденні є набагато ширшою та глибшою, ніж питання захисту навколишнього середовища та проблеми переробки сміття, яким людина дуже успішно захарашує планету. Перед нами постає спроба декодування основних культурних стереотипів шляхом реформатування з метою повністю підкорити психологію людини та розірвати традиційні зв'язки по лінії «людина–річ», аби ринок міг функціонувати безперервно навіть в умовах перевиробництва вжиткових товарів. З іншого боку, ми спостерігаємо рух, спрямований на включення одноразових речей у категорію багаторазових і фактичного їх «одомашнення», популяризацію речей власного виготовлення та намагання використовувати повсякденні речі якомога довше з подальшою їх переробкою. Одноразова річ постає доволі неординарним явищем у сучасному повсякденні, оскільки, з одного боку, це справді предмети, які можна використати лише один раз, а з іншого – це речі, призначені нібито для тривалої експлуатації, у які насправді закладено фактор одноразовості. І реакцію людини на це лише починають досліджувати.

Безумовно, поширення культури використання одноразових речей – це процес, що перебуває в стані розвитку. Щоправда, останнім часом набуває поширення рух проти забруднення планети відходами та за використання багаторазових екологічних речей. На майбутнє перед людством ще постане пошук балансу між речами, виготовленими для одноразового використання, та тими, що виготовляються на віки.

Список літератури

1. Барменков Е. Эпоха одноразовых вещей – почему всё так быстро ломается [Электронный ресурс] / Е. Барменков. – Режим доступа: <http://www.forbes.ru/karera-i-svooy-biznes/361357-epoha-odnorazovyh-veshchey-pochemu-vsetak-bystro-lomaetsya>. – Загл. с экрана.
2. Винегрет плюс. Цветы и украшения из пластиковых бутылок [Электронный ресурс]. – 11.11.2017. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=fuPy0fkQ1lg>. – Загл. с экрана.
3. Голофаст В. Б. Люди и вещи. Заметки о социально-культурных изменениях [Электронный ресурс] / В. Б. Голофаст. – Режим доступа: http://www.teleskop-journal.spb.ru/files/dir_1/article_content1190099701387286file.pdf. – Загл. с экрана.
4. Гофман М. Хищные вещи века [Электронный ресурс] / М. Гофман. – Режим доступа: http://world.lib.ru/g/gofman_m_d/things.shtml. – Загл. с экрана.
5. Де Грааф Д. Потреблятьство: болезнь, угрожающая миру / Д. де Грааф. – Москва : Ультра. Культура, 2003. – 392 с.
6. Ильин А. Н. Культура общества потребления: философские, социологические, психологические аспекты : учеб. пособие / А. Н. Ильин, А. Л. Панищев. – Омск : Изд-во ОмГПУ, 2014. – 264 с.
7. Интересные идеи. 06.05.15. Сумки из пластиковых бутылок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=dVmo9che7UQ>. – Загл. с экрана.
8. Каримова С. Депривация онтологического статуса вещи традиционной культуры [Электронный ресурс] / С. Каримова. – Режим доступа: https://lib.herzen.spb.ru/media/magazines/contents/1/126/karymova_126_341_349.pdf. – Загл. с экрана.
9. Корнев В. В. Вещи нашего времени: элементы повседневности [Электронный ресурс] / В. В. Корнев. – Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2010. – 224 с. – Режим доступа: http://www.studmed.ru/kornev-vv-veschi-nashego-vremeni-elementy-povsednevnosti_d0287fa1e97.html. – Загл. с экрана.
10. Корнев В. В. Система вещей в антропологической перспективе / В. В. Корнев. – Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2005. – 309 с.

11. Корнев В. В. Философия повседневных вещей [Электронный ресурс] / В. В. Корнев. – Москва : Юнайтед Пресс, 2011. – 250 с. – Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/6176030/>. – Загл. с экрана.
12. Мастер Сергеич. Как сделать вазу из пакета от молока и шпаклёвки. Ваза своими руками [Электронный ресурс]. – 10.02.2018. – Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=9chZcFt_l3w&t=203s. – Загл. с экрана.
13. Мастер Сергеич. 20 идей декора бутылок. Декор своими руками [Электронный ресурс]. – 05.01.2018. – Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=_ADAHKzE5Co. – Загл. с экрана.
14. Передача «Все буде добре», выпуск 667. Украшения из пластиковых бутылок [Электронный ресурс]. – 09.09.2015. – Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=y8_YuJDwbKc. – Загл. с экрана.
15. Передача «Все буде добре», выпуск 603. Делаем брошку – цветок из пластиковых ложек [Электронный ресурс]. – 20.05.2015. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=Fwy6m4f6fao>. – Загл. с экрана.
16. Передача «Все буде добре», выпуск 927. Серьги за 30 грн как у Прада для Светы Вольновой [Электронный ресурс]. – 07.12.2016. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=IDm1MV6LlJm&t=1s>. – Загл. с экрана.
17. Передача «Все буде добре», выпуск 1046. Колье из битой посуды от Оли Волковой [Электронный ресурс]. – 07.12.2016. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=XTyaAq5AF0g>. – Загл. с экрана.
18. Пронина И. Н. От вещи к бренду: символические практики потребления как поиск идентичности [Электронный ресурс] / И. Н. Пронина. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/ot-veschi-k-brendu-simvolicheskie-praktiki-potrebleniya-kak-poisk-identichnosti>. – Загл. с экрана.
19. Crasy hacks that will save you a ton of money [Electronic resource]. – 02.05.2018. – Mode of access: <https://www.youtube.com/watch?v=L75Y1UT4Tgc>. – Title from the screen.
20. 33 DIYs that'll make you look super crafty [Electronic resource]. – 22.01.2018. – Mode of access: <https://www.youtube.com/watch?v=bR3Jdpv2Qco>. – Title from the screen.

J. Nikishenko

THE DISPOSABLE ITEMS IN THE EVERYDAY LIFE

Nowadays disposable things are an integral part of everyday life. They are convenient, practical, do not require care. Appearing at the beginning of the twentieth century, they firmly rooted in our routine and gradually began to displace reusable things. However, scientists do not pay proper attention to the issue of disposable goods. To a great extent, this issue is analyzed in the works of ecologists, economists, and sociologists, although the very fact of having one-time things in our everyday life is already noteworthy. The purpose of this article is to identify and study those aspects of the existence of disposable goods in modern everyday life which the author finds important. The article is mainly focused on how one-time thing reduces the value of a thing as a whole, transforming cultural traditions. On the other hand, we will not discuss the environmental problems caused by debris from the environment, mostly consisting of disposable items. The article touches upon the problem of transition to the category of disposable items of those items that are a priori designed for long-term exploitation. Furthermore, it is important to trace the manner and scope of how this phenomenon affects the relationship between a person and a thing. The thing ceases to have value, as it was in the traditional society, and the pair “man-thing” changes its configuration. A human stops treating things carefully, perceiving it as something temporary in his or her life. However, cultural stereotypes have proved to be quite persistent. Therefore, on the one hand, a person begins to treat things of durable use as disposable, and on the other hand, tries to “inculturate” a one-time thing, turning it into a reusable item. This process has inspired various trends in design and hobbies. People use disposable things to make various household items, household appliances, and even interior decorations. In the future, a person still has to find a balance between disposable things and things intended for long-term use.

Keywords: thing, disposable item, culture of everyday life.

Матеріал надійшов 11.05.2018