

Българското общество е в „шок от бъдещето” – термин, изкован от американския социолог, футуролог, изследовател и прогностик на общественото развитие на Алвин Тофлър преди повече от двадесет години. Появила се като първото заглавие в една трилогия за процеса на промяната, посоките на промяната („Третата вълна”, 1980) и контрола върху настъпващите промени („Новата власт”, 1990), книгата „Шок от бъдещето” излиза през 1970 г., но продължава да е остро актуална особено за онези страни, които едва сега застават пред прага на свободно променящото се общество. „Шок от бъдещето” продължава да завладява и днес вниманието на обществеността в целия свят с проникновеността и неортодоксалността си. След две десетилетия от първото ѝ издание интересът към нея не престава и книгата продължава да се преиздава, защото авторът ѝ дълбае в една материя, към която всички и навсякъде по света са особено чувствителни – какво става с хората, организациите и с цели държави, попаднали във въртопа на ускорителната промяна, развиваща се по – бързо от възможностите им да се приспособят към новото. Това състояние на персонална и социална неадаптираност, предизвикана от стремително връхлитащото ни утре, Тофлър диагностицира като „шок от бъдещето” – заболяване на индивида и на обществото, което може да доведе до катастрофални последици и дори до гибел.

„Шок от бъдещето” е най – всеобхватният досега опит за синтез на приближавашата нова цивилизация.

Авторът сравнява в своята книга - вещите, създадени от човека, с океана от природните предмети и описва производството на кукла „Барби”. Тя е тридесетсантиметрова госпожичка от пластмаса, която е най – известната и най – търсената кукла в историята. Пусната е на пазара през 1959 г. и до 1970 г. в света са били продадени 12 000 000 „Барби”. Това куклено население надвишавало броя на жителите на градове като Лос Анджелис, Лондон или Париж. Всички малки момиченца са шури по „Барби”, защото е съвсем като истинска и може да бъде обличана в най – различни тоалети. Производителката на „Барби” – Мател, предложила и пълен комплект тоалети за нея, включващ делнични дрехи, официално облекло, бански костюми, ски – екипи.

Мател е съобщила, че ще пуска на пазара нов, подобрен модел „Барби”. Тя ще бъде с по – стройна фигура, със същински мигли и се кърши в кръста, което я прави още по – човекоподобна и интересна за децата. Също така съобщила, че всяко момиченце, което си върне старата кукла, ще получи отстъпка при закупуването на нова. Но забравила да отбележи, че като заменят старата си кукла за по – усъвършенствуван модел, днешното момиченце, жителката на утрешния свръхиндустриален свят научава възлов урок за

новото общество: урокът, чиито взаимоотношения между човека и предметите стават все по – нетрайни.

Морето от създадени от човека вещи, което ни заобикаляло, се намира в океан от природни предмети. Но именно технологичното обкръжение придобива все по – решително значение за човека. Непосредствената действителност за човека се състояла в това – конструкциите от пластмаса или бетон, шанжановият блясък на автомобил под уличното осветление, омайващата картина на град, разкриваща се през прозореца на реактивен лайнер. Създадените от човека вещи нахлували в съзнанието му и го завладявали. Те нараствали експлозивно както количествено, така и относително в сравнение със заобикалящата го природа. Тази тенденция щяла да бъде още по – ясно изразена утре в сврухиндустиалното общество.

Антиматериалистите били склонни да пренебрегнат значението на „вещите“. Те обаче били нещо много важно не само поради своята функционалност, но и поради психологичното им въздействие. Всички ние сме във взаимоотношения с вещите. Вещите въздействуват върху нашето усещане за трайност или нетрайност. Те имат определена роля в структурирането на ситуациите, а скъсяването на взаимоотношенията ни с вещите ускорява темпото на живота. В отношението ни към вещите, обаче се проявяват основни ценностни критерии. Разликата между новата порода момиченца, които безгрижно заменят своите „Барби“ за новия подобрен модел и онази, в която подобно на своите майки и баби, които някога са се вкопчили с любов за неизменната стара кукла, докато се разпадне от старост, разкрива контрастът между миналото и бъдещето между общества, в чиято основа е залегнала стабилността и взаимоотношенията, и новото, бързо формиращо се върху основата на преходността общество.

Нарастващата преходност на взаимоотношението човек – вещи си проличавала, едва когато се изследвала културната среда на момиченцето, което заменяло куклата си за нов модел. Това дете, бързо научило, че съвсем не е единствената вещ, която минавала и заминавала като мигновение през младия ѝ живот. Пелени, биберони, салфетки, книжки, пешкири и носни кърпи, содени бутилки за еднократна употреба – всички те се употребявали в дома на момиченцето и автоматично се изхвърляли. Полуготовите козуначета се продавали в тенекиени формички за печене, които също се изхвърляли след еднократна употреба. Готовият спанак бил пакетирани в запечатани пластмасови торбички, които пускали в съд с вряла вода за затопляне на съдържанието им и след това се изхвърляли. Тъй наречените телевизионни полуфабрикатни вечери се доготвяли и често се сервирали в торбички, които след това се изхвърляли. Домът на момиченцето бил една голяма машина, през която прелитали и изчезвали все по – бързо различни предмети. От момента на раждането си, то било потопено в културата на еднократната употреба и на изхвърлянето на употребеното.

Дори мисълта да се заменят вещи след еднократна или кратковременна употреба с нови, била противоположна на самата същност на общества и хора, просмукани с потомствена бедност. Пазарният изследовател Юриел Рон, който работил за френската рекламна агенция „Публисизми“ казал, че дори и френската домакиня не е свикнала да използва произведения за еднократна употреба. Тя обичала да запазва предметите дори старите, а не да ги изхвърля. Агенцията била наета от една компания, която искала да пласира пластмасови пердета за еднократна употреба. Извършено е било проучване на пазара за възможностите да бъде изследвана подобна стока и установили, че съпротивата на купувачите била твърде силна. Тази съпротива обаче заглъхнала постепенно във всички развити страни.

Така например писателят Едуард Мейз посочил, че американците, които посещавали Швеция в началото на петдесетте години, били смаяни от чистотата там. Тез казват, че им е направило впечатление, че край пътищата из Швеция няма захвърлени бирени или лимонадени бутилки, каквито за техен срам щели да видят навсякъде из Америка. Но въпреки това, след десетина години и Швеция се превърнала в захвърлена държава. Шведите се превърнали в купуващо, консумиращо и изхвърлящо общество по примера на американците. В Япония хартиените кърпички били станали толкова обичайни, че на платнените носни кърпички се гледало като на нещо демодирано, а много често и като на нещо нехигиенично. В Англия пък можело да си купиш за шест пенса четка за зъби „Дентаматик“ за еднократна употреба, която се продавала с намазана на нея паста за зъби. А във Франция дори запалките еднократни са били нещо много обикновено. Продуктите за кратковременна или еднократна употреба (картонени опаковки за мляко, ракети – носители на космически кораби) станали все повече и все по – важни за начина им на живот.

Въведените дрехи от книжни или книжноподобни материали тласнали още по – напред тенденцията към еднократната употреба. Както в конфекционните магазини за работническата класа, така и в модните бутици процъфтели цели отделения за красиво оцветени и екстравагантно скроени облекла от хартия. Булката, която била изобразена в един от тези магазини, носила дълъг бял дантелен шлейф от хартия, който според рекламния текст можел да се превърне в „чудесни кухненски пердета“ след сватбата.

Книжните дрехи били особено подходящи за децата. Един моделиер написал, че момиченцата скоро можели да се окапват със сладолед, да рисуват картинки по дрехите си и да изрязват фигурки от поличките си, а майките им да се усмихват добродушно, наблюдавайки творческите им пориви. А за възрастните, които искали да дадат израз на собственото си творчество, се продавала дреха, която се наричала

„нарисувай я сам” и се продавала в комплект с четките за тази цел. Цената била два долара.

Цената била решаващият фактор за хартиения взрив. В един универсален магазин се продавали семпли роклички от непретенциозна целулозно – найлонова материя. Цената била 1,29 долара. За клиентката било по – евтино да си купи нова рокля и да я изхвърли след кратковременна употреба, отколкото да даде нормална дреха на химическо чистене. Но имало нещо повече от икономическата страна на това явление, защото разрастването на културата на еднократната употреба имала важни психологически последици.

Когато се създавали продукти за еднократна употреба, хората развивали себе си и съответния манталитет. Покрай всичко друго този манталитет водил до възникването на качествено ново ценностно отношение към собствеността. Но разпространението на продуктите за еднократна употреба в обществото означавало и скъсяване на времетраенето на взаимоотношението човек – вещ. Вместо човек да бъде свързан с един предмет за сравнително дълго време, той се е свързал за кратки периоди с поредица предмети, всеки от които заменял предишния.

Настъплението на преходността било видимо дори в архитектурата – точно онзи елемент от материалната среда, който в миналото допринасял най – много за усещането на трайност у човека. Детето, което заменило своята „Барби” , не можело да не констатира преходността и на сградите, и на другите големи конструкции, които го заобикаляли. Заличавали се забележителности, събаряли са цели улици и цели градове и вдигали на тяхно място нови със зашеметяваща бързина.

Средният живот на обиталищата системно се скъсил, като се започнало от практически безкрайния живот на пещерните жилища, минало се през стогодишния живот на сградите от осемнадесети век и като се стигнало до ден – днешен, когато тази продължителност била около четиридесет години - казал И. Ф. Картър от Станфордския изследователски институт. А английският писател Майкъл Уд бил на мнение, че американецът, който е създал своя свят едва вчера, знаел много добре колко уязвим и колко променлив е бил този свят. Сгради в Ню Йорк изчезнали буквално за една нощ и цели градове променили облика си в течение на една година.

Писателят Луи Ошинкрос се оплакал гневно, че ужасът на живеенето в Ню Йорк, е че

живеят в този град, а само една от къщите, в които те са живели, все още съществува. Това имал в предвид авторът на книгата като говорил за изчезващото минало. По – малко аристократичните нюйоркчани, чиито предци били дошли по – късно в Америка от бедняшките предградия на Порто Рико, от селата в Източна Европа или от плантациите в южните щати, вероятно искали да изразят собствените си чувства по – различно от Ошинкрос. Но всички били съгласни, че „изчезващото минало” е действителен феномен и било твърде вероятно това явление да се разпространи все по – нашироко, поглъщайки дори много от наситените с историческо минало градове на Европа.

Проектантът философ Бъкминстър Фулър дефинирал явлението „Ню Йорк” като „безспиращ еволюционен процес на изселване, разрушаване, пренасяне, временно разчистване, ново строителство и пак отначало. Този процес бил същият като редуването на полските работи в течение на годината: оран, сеитба, жътва, засяване на нова култура. Повечето хора гледали на строителните работи, които задръствали улиците на Ню Йорк като на временни неудобства, които скоро щели да бъдат отстранени и ще настъпи неизменно спокойствие. Те все още мислили, че трайността била нормалното състояние – отживелицата, която им е останала от нютоновската представа за света. Но хората, които живеели с и в Ню Йорк в техния век, живеели буквално в условията на „Айнщайновата относителност”.

Фактът, че децата рефлексивно усвоили тази „Айнщайнова относителност”, Тофлър споделя, че е натрапен от собствения му опит. Разказва, че много отдавна съпругата му изпратила дъщеря им (тогава дванадесетгодишна), до близкия супермаркет. Дъщеричката им е ходила до този супермаркет само веднъж – два пъти. Половин час по – късно се била върнала в манхатънския им апартамент с озадачено изражение и с празни ръце и учудено им обяснила, че трябва да са го съборили, защото не е могла да го намери. И все пак не са го съборили, но тъй като от скоро живеели в този район, Карийн просто се е объркала. Важното, обаче в случаят било, че бидейки дете на ерата на преходността, първата му реакция била да си помисли, че е бил срина и заменен с нещо друго. Това би била напълно нормалната реакция на дванадесетгодишно дете, което е израснало в Съединените щати. Подобна мисъл вероятно никога не би щукнала в главата на дете, озовало се в подобни обстоятелства преди не повече от половин век. Материалната среда тогава била далеч по – трайна, а техните отношения с нея били далеч по – малко преходни.

В миналото предпочитали трайните неща. Както при измайсторяването на чифт ботуши, така и при строежа на катедрала, човек съсредоточил всичките си творчески и производствени усилия към максимизиране на трайността на продукта. Човекът създал трайните неща. В обкръжаващото го сравнително непроменящо се общество всеки

предмет си имал ясно определени функции и икономическата логика налагала производството на трайни неща. Въпреки че трябвало да бъдат позакърпвани от време на време, ботушите, които стрували петдесет долара и изтрайвали десет години, излизали по – евтини на купувача от другите, които стрували десет долара, но издържали само една година.

Обаче с ускоряването на общото темпо на промяната в обществото, икономиката на трайността се заменяла и трябвала да бъде заменена с икономика на нетрайностите.

Първо, усъвършенствването на технологиите водило до много по – бързо снижаване на производствените разходи от разходите за поддържане. Производството било автоматизирано, а поддържането си оставало до голяма степен занаятчийска работа. Това означавало, че често излизало по – евтино да замениш нещо с ново, отколкото да го дадеш на поправка. Икономически разумно било обаче да произвеждаш евтини, непоправяеми предмети, които да бъдат изхвърляни от употреба, въпреки че те не били толкова издръжливи, колкото подлежащите на поправяне.

Второ, развитието на технологиите се довело до възможност за усъвършенствване на продукта с течение на времето. Второто поколение компютри било по – добро от първото, а третото било по – добро от второто. Тъй като можело да се предвиди по – нататъшен технологичен напредък и усъвършенствувани продукти, появили се след все по – кратки интервали от време, често било по – разумно от икономическа гледна точка да се произвежда стока за по – кратковременна, отколкото за по – дълговременна употреба. Архитектът урбанист Дейвид Луис от Сдружението на урбанистите в Путсбърг съобщил, че определени типове жилищни блокове в Маями били събаряни само след десетгодишно съществуване. Усъвършенствуванияте климатични инсталации в по – новите жилищни сгради правили нерентабилни тези „стари“ постройки. След пресмятането на всички компоненти на задачата излизало, че е по – евтино да бъдат съборени десетгодишните сгради, отколкото да бъдат обновени.

Трето, с ускоряването на промяната и навлизането ѝ във все по – отдалечени кътчета на обществото, ще бъде растяща несигурността относно бъдещите нужди. Като осъзнали неизбежността на промяната, но не били сигурни какви ще бъдат изследванията, които тя ще им наложи, се въздържали да влагат значителни средства за строго определени предмети и неизменни функции. Избягвайки това да се обвържат с фиксирани форми и функции, трябва да си набавят предмети за кратковременна употреба или пък такива, които да могат да бъдат приспособявани и за други цели. Възможните последици от техническото им развитие ги карат да бъдат предпазливи.

Възходът на заменяемостта – разпространението на културата на изхвърлянето на употребеното, била ответна реакция на разностранния могъщ натиск. С ускоряването на промяната и с умножаването на усъвършенствуванията се очаквало, че принципът на заменяемост ще се разпростира все по – нашироко, а взаимоотношението човек – вещь се скъсило по време.

Освен заменяемостта имало и други прояви, които произвеждали също психологически ефект. Свидетели били на масовото създаване на предмети, предназначени да изпълняват не просто една постоянна, а множество краткосрочни функции. Това не са предмети, които се изхвърляли след употреба. Но те били така конструирани, че при нужда да могат да бъдат разглобени след употреба и отново сглобени на друго място.

Така например Комисията по образованието в Лос Анжелис е решила, че една четвърт от всички класни стаи в града трябва в бъдеще да представляват сглобяеми конструкции, които да могат да се местят от място на място според нуждите. Във всеки от по – големите училищни райони в Съединените щати са се използвали временни класни стаи. И техният брой нараствал. Временните класни стаи са били за училищните строители буквално това, което били книжните облекла в дрехарската индустрия – предвестие на бъдещето.

Целта на сглобяемите класни стаи била да се даде възможност на училищната система да се справи с проблемите, породени от бързо променящите се концентрации на населението. Но временните класни стаи подобно на дрехите за краткотрайна употреба, означавали и много краткотрайни, отколкото в миналото като отношението между хора и предмети. Така временната класна стая ги е научила и на нещо дори и без учител. Подобно на куклата „Барби“ тя преподавала на детето осезателен урок за нетрайност на обкръжението му. Преди да е опознало детето класната си стая – начина, по който се връзва с околната архитектура, усещането за чиновете в горещ ден, как се чуват звуците в нея, специфичните и миризми и осезания и т.н., тоест преди още детето да е свикнало с класната си стая, цялата сграда може да бъде изнесена от неговото обкръжение и преместена някъде другаде, за да обслужва други деца.

Мобилните класни стаи не били чисто американско явление. В Англия архитектът Седрик Прайс е проектирал нещо, което той наричал „интелектуален пояс“ – един изцяло подвижен университет за 20 000 студенти в окръга Северен Стафорд. Университетът разполагал с временни, а не с постоянно сгради. Използвали се

„повсеместно подвижни и изменяеми помещения”. Класните стаи били в железопътни вагони, за да могат да бъдат премествани навсякъде в осемкилометровия район на университета.

Инженери и архитекти проектирали геодезични сводести конструкции за изложби, надуваеми и пластмасови шатри за командни постове или за строителни управления и всякакви други преносими временни сгради. Управлението на парковете в Ню Йорк е решило да направи дванадесет „преносими игрища” – малки временни игрища, които да могат да се монтират на незастроени площи. Когато се намерило друго по – трайно предложение на такъв терен, игрището, разположено на него, щяло да бъде демонтирано и пренесено другаде. Дошло време обаче, когато игрището било сравнително трайно съоръжение в населеното място, където децата на съкварталците или даже децата на децата им са преживявали приблизително същите приключения, каквито са преживявали и родителите им в своето време. Свъръхиндустриалните игрища обаче отказали да стоят на едно място. Те се проектирали като временни.

Скъсили отношението човек – вещ, предизвикано от разпространението на предметите за краткотрайна употреба и на временните конструкции, които се засилвали още повече от бързото разпространение на „модулизма”. Модулизмът бил дефиниран като опит да се придаде по – голяма трайност на цели конструкции за сметка на намалената трайност на съставните им елементи. Така например Седрик Прайс проектирал жилища на студентите и преподавателите в своя „интелектуален пояс”, сглобявали се от модули от пресована стомана, които да бъдат преносими с кранове и да се вграждат в скелетни конструкции. Скелетните конструкции били единствените трайни части на сградата. Модулните жилища можели да бъдат премествани и вградени на различни места по скелета според нуждата или пък напълно бракувани и заменени с нови.

От гледна точка на времетраенето на взаимоотношенията се виждала разликата между мобилност и заменяемост и тя е незначителна. Дори когато модулите не се изхвърляли, а само се пренареждали, продуктът ставал нова конфигурация, нова същност. Фактически това не се различавало от разрушаването на една конкретна сграда и построяването на нова, дори когато някои или всички компоненти оставали същите.

Ф

Дори много, предполагало се, „трайни сгради се строяли по модулния принцип с

подвижни вътрешни стени и прегради, които можели да бъдат размествани, за да образуват нов интериор според нуждите на момента. Подвижната вътрешна стена била в определен смисъл символ на обществото на преходността. Днес едва ли можело да се намери по – значителна кантора, в която да не се преместват писалища и да не се преустройват помещения, като се разместват преградните стени. В Швеция модулизмът постигнал нова победа: В Упсала бил построен прототип за жилищни блокове, в които всички вътрешни стени и вградени шкафове можели да се разместват. Наемателят се нуждаел само от отвертка, за да преустрои напълно жилището си и да си направи фактически напълно нов апартамент.

Понякога модулността вървяла в съчетание със заменяемостта. Обикновената въздесъща химикалка била типичен пример. Някогашното паче перо е имало продължително перо като средство за писане. В нормална обстановка то траело дълго и е можело да бъде подострено от време на време, с което животът му като средство за писане се удължавал още повече. Автоматичната писалка представлявала обаче голямо техническо постижение, защото давала възможност на потребителя да я носи у себе си. Тя представлявала пишещо средство, което съдържало в себе си и собствената си мастилница и пишещото перо и неимоверно разширявало по този начин обхвата на използваемостта си. Изобретяването на химикалката укрепявало и разширявало това постижение. Химикалката представлявала писалка, която била заредена с необходимото й мастило, но освен това била толкова евтина, че можела да бъде изхвърлена, когато се изпразни. Създадена била първата писалка за действително еднократна употреба.

Още хората не са надрасли психиката на бедността. Много от тях и днес изпитват угризение, когато изхвърлят дори изхабена химикалка. На тази психологическа даденост производителите на химикалки реагирали, като създали химикалки, конструирани по модулния принципи: външна черупка, която потребителя можел да запази, и вътрешен мастилен модул или пълнител, който той можел да изхвърли след изпразване и да замени с нов. Със заменяемостта на единия от компонентите – пълнителя – химикалката като цяло придобивала по – дълъг живот.

Но съставните части били много повече от целите конструкции. Независимо дали ги размествала, за да създаде нова конструкция или ги изхвърляла и ги заменяла с нови елементи, потребителят бил подложен на много по – бързо преминаване на вещи през живота си, на едно всеобщо скъсяване на взаимоотношението човек – вещ. Резултатът бил ускорено текучество, по – голяма подвижност и преходност.

Краен пример за архитектура, въплътяваща тези принципи, бил един проект, предложен на английската театрална режисьорка Джоан Литълуд с помощта на строителния инженер Франк Нюби на систем-конструктора Гордан Паск и на архитекта на „интелектуалния пояс“ Седрик Прайс.

Госпожица Литълуд искала да има театър с максимални възможности за разнообразие, в който да можела да поставя всичко – от нормална пиеса до политически митинг, от балет до свободна борба – и за предпочитане всичко едновременно. Тя искала, както отбелязвал театралния критик Рейнър Банъм, „зона на тоталната възможност“. Създаден бил проект за фантастичен „Дворец на развлеченията“, известен още като „Първи гигантски пространствомобил в света“. Проектът предлагал издигането на многоцелева сграда по принципа на детския „Конструктор“, но с чудовищни размери, в която съставящите я модули можели да се свързват в безброй комбинации. В относително „постоянните“ вертикални кули били разположени различните сервизни помещения като например тоалетни и електронни възли за управление. Върху кулите се издигали все портални кранове, които премествали модулите до желаното местоположение. Модулите се сглобявали във всевъзможни временни конфигурации според нуждите на момента. След края на представленията крановете раздигали салоните за публиката, изложбените зали, ресторантите и ги складирали.

Ето как Рейнър Банъм описал това чудо: „Дворецът на развлеченията бил урбанистично съоръжение с десетгодишен период на амортизация. Ден след ден тази чудовищната неофутуристична машина, премествала и размествала подвижните си части – стени и подове, рампи и коридори, управляеми ескалатори, зрителски кресла и потони, сцени и киноекрани, осветителни и озвучителни системи и всичко това с минимум ограничаващи погледа, вътрешни прегради. Посетителите можели да надникнат навсякъде от панорамните коридори и стълбища и да участват в различни зрелища като натискат бутони. Това нещо, когато било направено, било повдигнато на степен състоянието на неустановеност. От всичко туй, потомството не наследило никакъв солиден монументален интериор или внушителен силует върху фона на небето. Единствените постоянно видими елементи на „Двореца на развлеченията били функционалните структури, по които паразитирали преходната архитектура“.

Привържениците на „практичната“ архитектура вече били проектирали цели градове с „преходна архитектура“. Доразвивайки идеите, залегнали в основата на проекта на Двореца на развлеченията, те предлагали да се създадат различни видове модули с различна продължителност на използване. Сърцевината на „сградата“ можела да бъде конструирана така, че да трае двадесет и пет години, докато прикачените модулни стаи са с тригодишна трайност. Като дали още по-голям простор на въображението си, те измислили подвижни небостъргачи, които лежали не на окопани

на земята основи, а на гигантски „геодезични“ машини или на въздушни възглавници. Връх на въображението бил проектът за създаването на цяла селищна агломерация, неприкована към постоянно местоположение, която плавала върху въздушна възглавница, създадена с ядрена енергия, и променила вътрешното си разположение по-бързо дори от днешния Ню Йорк.

Дали точно тези идеи били осъществени, или не – това било без значение. Важното било, че обществото действително поело в това направление. Разрастването на културата на изхвърляне след кратка употреба, в модулизма напредвала бързо и всички заедно водели до един и същ психологически резултат: засилващото се чувство за ефимерност на връзката на човека с предметите, които го заобикаляли.

Друго явление, което рязко променяло връзката човек – вещ, било наемателската революция. Разпространението на наемателството било характерен белег на обществата, които стремително се носели към свръхиндустриализма – вървяли в най-тясна връзка с всички тенденции. Връзката между колите под наем на компанията „Херц“, пелените за еднократна употреба и „Двореца на развлеченията“ на Джоан Литълуд на пръв поглед можела да се стори несъществена, но при внимателно проучване се установявали големи сходства между всички тези явления, защото наемателството също засилвало преходността.

През време на голямата криза (1929-1933), когато милиони хора били без работа и без жилище, копнежа за собствен дом бил една от най-силните икономически мотивации в капиталистическите общества, но от Втората световна война насам делът на строителството на жилищни блокове с апартаменти за даване под наем стремглаво растял през 1955. Тези апартаменти представлявали само осем процента от всички жилищни строежи. Към 1964г. техният дял достигнал 24 процента. През 1969 г. за първи път в Съединените Щати, били издадени повече разрешителни за строителство на блокове с апартаменти за даване под наем, от колкото за собствени жилища. По редица причини живеенето в апартаменти било на мода. Особено модно било то сред младите хора, които думите на професор Бърнам Кели от Масачузетския политехнически институт, искали „жилища, към които да са минимално обвързани“.

Когато човек купувал предмет за еднократна употреба, той заплащал именно за минимална обвързаност. Нея подхранвали и временните конструкции, и модулните съставки. Почти винаги ангажиментите, които обвързвали апартаментите, са по-краткотрайни от обвързаността на домопритежателя към собствения му дом. Стремещът на наемни жилища подчертавал тенденцията към все по-кратки

взаимоотношения на човека с материалното обкръжение.

Още по-силно впечатление направила развихрилата се напоследък наемодателска дейност в области, където тя била буквално немислима за миналото. Дейвид Райзмън казал, че хората са превързани към колите си, защото те обичат да говорят за тях – това било факт, който бие на очи в разни интервюта. Но превързаността им, към която и да е отделна кола не била чак толкова силна, че да я сдържат толкова време. Това намирало отражение във факта, че средният притежател на кола в Съединените щати сменял автомобила си на всеки три и половина години. Много от по-заможните заменяли автомобилите си за нови автомобили от същата марка всяка година или на две години. Това от своя страна обяснявало усилената търговия със стари коли в Съединените щати за 20 милиарда долара годишно. Именно автомобилната индустрия била първата, която успяла да разруши традиционната представа, че покупката на скъп предмет била за вечни времена. Ежегодната промяна на моделите, интензивната реклама и готовността на производителя да направи отстъпка, ако купувачът замени старата си кола с новия модел на същата фирма, превърнало купуването на нова кола в сравнително често занимание в живота на американците. На практика това скъсило интервалите между покупките и по този начин скъсило продължителността на взаимоотношението между собственика и всяка от неговите коли, които е притежавал по различно време.

Обаче през последните години се появила нова могъща сила, която оспорвала много от най-дълбоко вкоренените методи на автомобилната индустрия. Ставало дума за предприятията за коли под наем. Днес в Съединените щати милиони хора наемали автомобили за периоди от няколко часа до няколко месеца. Много жители на големите градове, особено на Ню Йорк, където паркирането било кошмар, се отказвали да притежават собствена кола и предпочитали да наемат кола за излет в събота и неделя извън града или даже за предвижване в града до места, за където обществения транспорт не им е удобен. Днес автомобили можели да бъдат наети с минимални формалности едва ли не на всяко летище, на всяка железопътна гара или във всеки хотел в Съединените щати.

Наемателските си привички американците занесли със себе си и в чужбина. Ежегодно почти половин милион американци наемали коли в чужбина, до където се намирили там. Очаквало се към 1975г. това число да нарасне до един милион. Големите американски компании за даване коли под наем, които сега работели в петдесетина страни из целия свят, започнали да се натъкват на чуждестранни конкуренти. От своя страна Европейските автомобилисти започнали да подражават на американските. Френското списание „Пари мач“ публикувало карикатура, изобразяваща извънземно същество, застанало до летящата си чиния, което питало полицая къде най-близо може да наеме

автомобил. Наемателската революция настъпила.

Настъплението на автомобилното наемателство се съпровождало от появата на един нов вид универсален магазин в Съединените щати – магазин, в който не се продавало нищо, но може да се наеме всичко. Сега в Съединените щати функционирали около 9 хиляди подобни магазина с оборот един милиард долара и с темпо на нарастване от 10 до 20 процента годишно. Малко по - рано броят на тези магазини бил два пъти по-малък. Днес едва ли има стока, която да не може да бъде взета под наем: като се започнело от бояджийски стълби и градинарски пособия и се стигнело до палта от норка и уникални тоалети.

Наемодателски фирми в Лос Анжелос давало под наем на строителни компании живи храсти и дървета, с които да украсят временно жилищни образци. Растенията откроявали - гласял надписът на един камион в Сан Франциско. И по тази логика казал да наемаме жилища, защото те са като растенията. Във Филадельфия можело да вземе под наем дори риза. Американците днес можели да наемат буквално всичко: облекло, патерици, бижута, телевизори, климатични инсталации, инвалидни колички, чаршафи, магнетофони, чаши за шампанско, сребърни прибори и т.н., и т.н. Един мъжки клуб някъде по Западното крайбрежие на Съединените щати наел човешки скелет за някаква демонстрация, а една реклама в „Уолстрийт Джърнъл“ ги призовавала да си вземат крава под наем.

Шведското женско списание „Свенск дамтиднинг“ публикувало в пет последователни броя една прогноза за света през 1985 г., в статията между другото се изказвало предположението, че тогава „вградени мебели, които с натискане на компчета се приспособявали за понасяне на закуска или за четене, или пък ще си наемат легло от същото място, от което ще наематмасите, картините и пералната машина”.

Нетърпеливите американци не чакали до 1985 г. Веднага една от процъфтяващите форми на наемодателския бизнес била даването на мебелировка под наем. Някои производители и множество наемодателни фирми предлагали да обзаведат малки апартаменти, включително с пердетата, килимите и пепелниците, срещу наем от 20 до 50 долара месечно. Кацаш сутринта – казала една стюардеса - и до вечерта си се обзавел с шикозна спалня под наем. А един канадец прехвърлен на работа в Ню Йорк, заявил, че всичко е ново, колоритно нямало, защото нямало смисъл да се грижа да пренася мебели от единия край на света до другия, когато го прехвърляли някъде другаде.

Уилям Джеймс писал някога, че „животът, основаващ се на собствеността, е по – малко свободен от живот, отдаден на дейност или живеене”. Възходът на наемателството било отдалечаване от живота, основаващ се на собствеността, и бил израз на стремежа към действеност и живеене. Щом хората на бъдещето живеели по – динамично от хората в миналото, те трябвало да бъдат и далеч по – подвижни. Трудно било да изпревариш, ако си натоварен със собственост. Хората на бъдещето искали да се ползват от облагите, предлагани от заможността и технологизирането, но не искали да мъкнат отговорностите, които до днес съпровождали натрупването на собственост. Те си давали сметка, че за да оцелеят сред неизвестностите, съпровождащи бързата промяна, трябвало да се научат да пътуват с лек багаж.

Но каквито и да били другите, по – далечните последици от наемателството, могли веднага да посочат, че то скъсило още повече времетраенето на взаимоотношенията между човека и предметите, които използвали. Това се откроявало, когато отговорили на елементарния въпрос: Колко коли, взети под наем, и колко собствени преминавали през ръцете на средния американец в течение на живота му?” Отговорът за собствениците на коли бил от 20 до 50. Обаче за активните наематели на коли, числото можело да достигне до 200 и повече. Докато средната продължителност на взаимоотношението между купувача на кола и дадена кола можело да е много – месеци или години, взаимоотношението между наемателя и дадена кола било много по – краткотрайно.

Наемателството имало за краен резултат умножаването на броя на хората, които последователно стъпвали във взаимоотношенията с един и същ предмет, което от своя страна било скъсило средната продължителност на подобни взаимоотношения. Ако разпрострели този принцип върху много широк кръг предмети, щяло да проличи ясно, че възходът на наемателството вървяло редом с настъплението на вещите за еднократна употреба, на временните конструкции и модулизма и засилило въздействието им върху човека.

Необходимо било за момент да се спре проблема за амортизацията. Страхът, че продуктът се амортизирал, е този, който непрестанно подгонвал производителите да обновяват производството си и който подтиквал потребителя да търси изделия под наем или за временно ползване, или пък за еднократна употреба. Самата мисъл за възможна амортизация плашила хората, възпитани с представата за вечност, но особено ги тревожило предложението, че амортизацията е планирана. Планираната амортизация била обект на толкова ожесточена обществена критика, че непосветеният читател можел да бъде подведен да я смята за главната или дори за единствената

причина зад тенденцията към скъсяване на взаимоотношенията по време.

Безспорно някои производители и търговци умишлено се стремели да скъсят полезния живот на своите продукти, за да се отвори място да произведат и продават нови. Няма съмнение също така, че много от ежегодните промени на съществуващите модели, с които американците (а и други народи) се сблъскали все по – често, не били технологично обосновани. Автомобилите, произведени в Детройт, неизминавали повече километри с един литър бензин от предшестващите ги десет други модела, а петролните компании, колкото и да се хвалели, продължавали да наливат костенурка, а не тигър в резервоара. Нещо повече, безспорно било, че рекламните кампании често преувеличавали значението на новите качества на определени продукти и внушили на потребителя да се освободи от само частично износени вещи, за да се освободи терен за продажбата на нови стоки.

Вярно било следователно, че потребителят понякога попадал в добре измайсторен капан: „Смъртта на стар продукт умишлено се ускорявал от производителя, който точно тогава пускал на пазара „нов, подобрен” модел, рекламиран като последно, от Бога изпратено постижение на висшата технология.”

И все пак тези машинации сами по себе си не можели да бъдат причина за фантастичния обем на оборота на стоките, които преминавали през ръцете ни.