

РАЗМЫШЛЕНИЯ НАД КНИГОЙ

Андрей Ашкеров¹

БУРДЬЕ ЖИВ!

**Бурдьё П. О телевидении и журналистике. –
М.: Прагматика культуры, 2002. – 160 с.**

После выхода книги «О телевидении и журналистике» на русском языке (французское издание датировано 1996 годом) умерший от рака за несколько месяцев до этого Пьер Бурдьё стал вызывать у некоторых настоящую ненависть.

Ненависть эта маскируется под учтивость по отношению к покойному мэтру, она проявляется лишь в форме комментаторского лепета адептов, внезапно подрастерявших интерес. Или потянувшихся за новыми интеллектуальными впечатлениями. Или не считающими нужным упомянуть имя того, кто и так на слуху. Того, кого больше нет физически и для кого больше нет места в изданиях, претендующих на то, чтобы подменить научное творчество выражением «экспертных оценок», а критический настрой – добротностью и респектабельностью.

Вспыхнувшее неприятие по отношению к Бурдьё – из числа того, которое принято называть глухим. Оно не декларируется, не обозначается прямо. Скорее проскальзывает. Проскальзывает в пугливом и, в тоже время, претендующем на бдительность «но», как бы исподволь добавляемом к прежде громогласному «да». Проскальзывает именно у тех, кто еще совсем недавно – особенно вскоре после смерти французского социолога – склонен был по обыкновению объявить его своим новым интеллектуальным гуру.

Сразу может возникнуть вопрос о причинах возникшего неприятия в журналистских и околоинтеллектуальных кругах, о том, почему это неприятие проявилось не только и не столько на родине Бурдьё, сколько в других странах, в частности, в России, где совсем недавно вышел перевод его книги. Казалось бы, что собственно, такого: знаменитый социолог приходит на телевидение и рассказывает с экрана о самом телевидении?

Книга состоит из пяти частей: «О телевидении», «Власть журналистики», «Поле политики, поле социальных наук, поле журналистики», «Олимпийские игры: программа анализа», и, наконец, послесловие «Политика и журналистика». Наиболее острая и интересная часть – первая. Она и представляет собой отредактированное изложение телевизионных выступлений французского академика. Основные темы Бурдьё – выяснение того, каким образом на телевидении действует механизм скрытой цензуры; ответ на вопрос, кто становится героем репортажей и телепередач, рассмотрение организации информационного вещания; анализ побудительных мотивов, которыми руководствуются тележурналисты при отборе новостей; описание последствий влияния рейтинга, выступающего не только индикатором рыночного спроса, но и своего рода посланником рынка; выявление форм, в рамках которых происходит сращение рыночного спроса с выражением вкусовых предпочтений потребителей различной телевизионной продукции; осмысливается выбор такого наиболее пародийного аналога «публики» (чей образ заботливо пестуется мыслителями типа Хабермаса) как телеаудитория; наконец, размышление о

¹ Ашкеров Андрей Юрьевич, кандидат философских наук, преподаватель философского факультета МГУ, научный сотрудник Института философии РАН.

© Центр фундаментальной социологии, 2002г.

© Ашкеров А.Ю., 2002г.

функционировании телевизионных «говорящих голов» – разнообразных комментаторов и экспертов, которые чрезвычайно удачно названы Бурдые «fast-thinker'ами» etc.

Сопоставляя все эти затронутые в книге темы с реакцией французского журналистского сообщества, Бурдые пытается вскрыть причины почти повсеместно негативного отношения к его работе.

Большая часть журналистов приняла бурдьеринское исследование за политический памфлет и решила отплатить ему той же монетой, приняв, попутно, позу оскорбленной добродетели. Бурдые полагает, что причиной стало особое журналистское видение мира, позволяющее ухватить лишь наиболее поверхностный аспект происходящего. Эта поверхностность служит, с одной стороны, тому, чтобы попытаться снять любой намек на скуку, а с другой – причиной того, что именно скука стала сопутствующим результатом медийной работы, связанной с бесконечным коловращением «событий», «сенсаций», «открытий» и «разоблачений».

Любые теоретические построения в соответствии с требованием укладывать в «формат», фактически изымаются из современного телевидения (что оправдывается иногда чуть ли не физиологическими ограничениями: например, «Слушать развернутый текст невозможно в течение более чем 2 минут» и пр.) Именно «формат» не позволяет осуществлять медлительные и пространные рассуждения, именно «формат» отказывает в возможности обращаться к соответствующей научной терминологии, именно «формат», наконец, закрывает перспективу сколько-нибудь полно продемонстрировать применяемые методы и т. д. Иными словами, «формат» мешает концептуализации и делает теорию на телевидении чем-то вроде непрошеной гостьи. «Неформатным» сделался и сам Бурдые. (По-настоящему подобное отношение выражается в очень своеобразной американской максиме: *The less know, the better off you are* (Много будешь знать меньше будешь получать)).

При этом те представители журналистского сообщества на телевидении, которые тяготеют к популизму, не просто навязывают зрителям потребление демагогии и фактически приписывают им «массовый» вкус. Нет, они, как констатирует Бурдые, еще и обрекаются на исполнение роли носителей этого массового вкуса, обладание которым оказывается, с точки зрения журналистского видения социального мира, дорого и приятно.

Соотношение с «форматом» выявляет, таким образом, наиболее замаскированные под «профессионализм» (и слившиеся с ним), наиболее политизированные (и сопряженные с особой телеполитикой), наиболее императивные (и выражающие особую телемораль) установки и предпочтения телевизионных журналистов. Именно эти установки и предпочтения являются в то же время и наименее осознаваемыми. Обращаясь к их исследованию, Бурдые проникает в *святая святых*. В ментальное и социальное устройство особой области производства. Признав при этом с самого начала, что телевидение и журналистика в целом представляют собой разновидности социальных полей и потому могут и должны рассматриваться именно так.

Наиболее изоциренные в интеллектуализме журналисты – уже не во Франции, а в России, – не замедлили обвинить автора «О телевидении и журналистике» в уклонении от обычной для него софистичности. Самые безапелляционные из них – опять-таки уже именно в России – обвинили его при этом в том, что по отношению к тонко налаженному и сложно организованному «механизму» телевизионного вещания он принял позицию *теоретического луддита*, не столько анализирующего, сколько крушащего попавшееся ему под руку медийное «средство производства». Разрушительность подхода французского социолога с точки зрения телевизионщиков связана попросту с тем, что научное сообщество проиграло журналистскому в конкурентной борьбе за умы и сердца публики. То, что учеными производится как штучный продукт ручной работы, на телевидении производится с поистине промышленным размахом – ежесекундно и крупными сериями.

На это обвинение нельзя ответить просто и однозначно. Можно, конечно, сказать, что качество штучного изделия неизмеримо выше, нежели качество серийного. Можно сказать и то, что вдумчивость требует медленных ритмов и не соотносима с требованиями

информационной гонки, без которой немыслимо телевидение. (Тем более, что телевидение действительно создало потребителя, не менее «серийного», нежели потребляемая им продукция, создало оно и особый «скоростной» стандарт восприятия информации, приучив к сетке информационных выпусков и клип-культуре).

И все-таки не стоит недооценивать самого Бурдые. Он один из немногих, кто действительно старается избежать простого и однозначного решения. Бурдьеровский ответ заключается не в том, чтобы продемонстрировать, насколько штучность выше серийности, а в том, чтобы указать на слишком уж легкодостижимую *редукцию штучного качества к серийным образцам*. В массе журналистских обвинений против Бурдые заключено величайшее лукавство, сводящееся к тому, чтобы либо представить его позицию как позицию внешнего наблюдателя, не слишком разобравшегося в проблеме, либо к тому, чтобы представить ее как позицию социолога, решившего поиграть в публичность. В действительности Бурдые не склоняется ни ко второму варианту, ни к первому.

Он не может быть сторонним наблюдателем, поскольку вскрывает общие принципы существования социальных полей в их сравнении друг с другом – и, прежде всего, сравнивая поле журналистики и поле науки. Одновременно – и именно в силу того же подхода – автор рецензируемой работы не может быть обвинен и в том, что слишком поддался соблазну публичного обращения. Напротив, попытка Бурдые заключалась в том, чтобы, сделав поводом такого обращения исследование его форм, открыть для телевидения перспективу самоанализа.

* * *

О чем бы ни говорили, и что бы ни имели в виду электронные средства массовой информации, они всегда обращаются к «среднему» индивиду и, вместе с тем, неизменно ведут речь от его имени. Отправитель и получатель информации совпадают, связывая себя чем-то весьма напоминающим круговую поруку. Уставившийся в экран телевизора искренне узнает себя в мелькающих «видеорядах» и «сюжетах»; те же, кто изготавливает «картинку», искренне убеждены, что занимаются всего лишь *отображением*, а не *изображением*.

Эта круговая порука преследует одну цель – утвердить мысль о реальности того, чего в действительности не существует, провозглашая: перед вами обычный человек – *такой, каким он не то, чтобы должен, но, скорее, попросту не может не быть*. Вот его помыслы и деяния, страсти, разочарования и проблемы.

В итоге, перед нами предстает вспученная аморфная масса человеческих «Я», – сколь не похожих друг на друга, столь и однообразных, – слипшихся в один невообразимо странный конгломерат. Мы слышим почти неразличимый шорох мифического социального муравейника, сам образ которого призван поддержать иллюзию общности, доверия, почти что солидарности: «Все мы люди» / «Все мы живем в одном мире» / «Весь мир – это и есть мы сами». Во имя чего заводится разговор об этой «всеобщности»? Кто ведет разговор от лица этого «мы»? Чьим миром выступает этот «мир»?

Электронные (и не только) средства массовой информации не то, чтобы предъявляют Норму, скорее, они предъявляют саму *Повседневность*. И учат ей.

Их существование целиком пронизано соответствующей *дидактикой*. Она нацелена на то, чтобы обыденное было усвоено всеми и чтобы само обыденное, в свою очередь, всех усвоило. Это усвоение с нашей стороны предполагает восприятие того, *что* надлежит мыслить, *как* нужно действовать, *каким образом* стоит критиковать etc. Одновременно можно сказать, что и подобное восприятие, и подобное мышление, и подобное действие, и подобная критика действуют в нас и посредством нас. Определяя попутно самые широкие границы нашего «мы».

Однако демократизм электронных СМИ – ложный демократизм. Широта фиксируемой коллективной идентичности оборачивается аморфностью, а *неустрашимой издержкой всеобъемлющей медиации – всеобщее усреднение*.

Ни что здесь, в общем-то, не навязывается насильственно – скорее можно сказать другое: она могущественна, потому что незрима. Иными словами, насилие, на которое она

опирается, тем значительней, чем незаметней. В сущности, такого рода норму нельзя точно определить и выразить, – ей самой свойственно устанавливать *форму* выражения и *форму* определения чего бы то ни было.

Задавая вопросы, осуществляя вошедшее в моду интерактивное обращение к потребителю информации, СМИ программируют не столько возможные суждения: «Разделяю» – «Не разделяю», «Одобряю» – «Не одобряю», «Согласен» – «Не согласен», сколько саму *возможность* обладать мнением и, соответственно, его высказывать.

Эта возможность предполагается актом обобщения мнений, – являющего собой заурядную систематизацию и каталогизацию вечных истин, и, одновременно, актом их демонстрации – теми способами, которые допустимы в рамках господствующего стиля демагогии. Возникновение данной перспективы не представляет собой результат каких-либо поползновений на монополию производить «точки зрения», тем более она не выступает средством ее разрушения. Сам факт обладания мнением и его высказывания не есть нечто существующее вопреки монопольному владению правом говорить от имени общества, олицетворяемого «средним» индивидом.

В той мере, в какой этот факт подразумевает веру в фикцию под названием «общественное мнение», он, независимо от искренности или неискренности верующих, выступает и условием, и результатом совершающейся монополизации такого права.

Изначальным допущением, лежащим в основе концепции «общественного мнения», оказывается демократическая иллюзия равенства граждан: все равны как в отношении средств самовыражения, так и в отношении формулирования позиции. Отсюда не должен следовать нелепый вывод о том, что мы должны обрекать себя на молчание: молчать самому и заставлять молчать других – значит участвовать в установлении и поддержании завесы тайны, клубящейся вокруг одного предмета – публики и публичности, иными словами, тайны вокруг всего, составляющего самую суть *проблемы* средств массовой информации.

«Говорить», точно так же, как и «не говорить», означает в данном случае *концентрировать и узаконивать власть*, которая характеризует совершенно особые отношения: *отношения публичности*. Для того, чтобы разрешить эту антиномию между речью и немотой, воспроизводящую более общую антиномию общественного и частного, необходимо понять, что различаются не только возможности обладать мнением и его выражать, не только возможности авторитетно влиять на формирование этого мнения. Различаются также возможности *производить* мнение.

Само возникновение электронных масс-медиа обозначило огромную трансформацию журналистской деятельности, которую ни в коей мере нельзя недооценивать, но нельзя и описывать в стилистике самих СМИ – как нечто сенсационное и неслыханное.

С одной стороны, данная трансформация преемственна тому перевороту, который произошел в XIX в., ставшим эпохой бурного формирования газетных изданий и газетной журналистики. Уже тогда публичное высказывание продемонстрировало свою взаимосвязь с *экономическим рынком*, и само – при его посредничестве – предстало как предмет, циркулирующий на *рынке символической продукции*. Оно стало, в буквальном смысле, *производиться*, служа при этом орудием и достижением особой *индустрии*. Однако подобная произведенность или индустриальность мнений тщательно скрывалась. Механизм производства функционировал еще и как механизм утаивания самого себя.

С другой стороны, развитие радио в XX в., а затем, в особенности, телевидения, обозначило переворот в самом этом перевороте. Рынок символической продукции соединился с экономическим рынком *так плотно*, как никогда не соединялся до этого. Так называемые «материальные» ценности открыли свое символическое измерение, обнаружив себя как эффект реальности, который, конечно, производится, но производится прежде всего именно символически. В то же время так называемые «духовные» ценности обнаружили свою едва ли не обескураживающую «материальность», поскольку рыночность оказалась имплантирована как в человеческое действие, так и в человеческое мышление. СМИ (в особенности, электронные) стали одновременно и проводником и итогом данного процесса.

Кажется, что в противовес всем ценностям национального образа жизни, ценности СМИ универсальны по происхождению. На самом деле, в СМИ лишь универсализируются нормы определенной нации или группы наций. Какая идентичность навязывается безапелляционно и настойчиво – без всякого «ответа» со стороны ее обладателя? Какая идентичность является социальной конструкцией, – создаваемой в рамках социального, политического, символического, культурного производства, – и становящейся чем-то вроде *родимого пятна* или, по крайней мере, *несмываемого клейма*?

Разумеется, национальная идентичность, точнее, все то, что, выражаясь языком Пьера Бурдьё, составляет суть «*универсалистского империализма*» и «*интернационального национализма*».

Страны Запада виртуозно овладели средствами массовой информации как орудием универсализации собственных форм поведения и мышления. Влиятельность этого орудия зиждется на мнимой неощутимости последствий его применения, которая, в свою очередь, выступает еще и признаком такой влиятельности. Доступ к универсальному всегда ограничен и потому те, кто не получает подобный доступ, оказываются отверженными – заложниками резервации частного и особенного: желаний, волений, склонностей.

Отверженные никак не относятся к тем, кто определяет и исполняет долг. Чтобы не очутиться в числе отверженных, нужно создать альтернативный образ универсальности, иное видение мира и свой собственный способ его переустройства. Короче говоря, нужен иной тип коммуникации – в том числе и в первую очередь для самих масс-медиа, – которая воплотила бы новый для них и иной порядок повседневности. Исходя из того, чтобы повседневным стало обретение адресата, дающего ответ, без которого неосуществима и абсурдна любая ответственность.

* * *

Книга «О телевидении и журналистике» актуальна в России больше, чем где бы то ни было еще. Актуальна в первую очередь с точки зрения того *сугубо консервативного* отношения к социальной жизни, которое заключено в ее тексте.

Это только на первый и самый поверхностный взгляд кажется, что она посвящена лишь журналистской деятельности и институту телевизионного вещания самим по себе. В действительности, книга о другом. Она о том, как важно беречь профессиональную чистоту жанра, сохранение которой одновременно является и моральной доблестью, и производственной необходимостью. «Виртуализация» общественных отношений, воспетая большинством теоретиков глобализации, оборачивается, по мысли П. Бурдьё, банальным диктатом электронных СМИ, которые нарушают автономию различных форм существования в обществе и, в конечном счете, препятствуют сохранению общества как сложного, комплексного образования.

Конец 1980-х – 1990-е гг. стали в нашей стране временем всесмещения профессий. Профессионалом стал считаться человек, который умеет делать все понемногу. Заменителем идентичности либерального *self-made-man*'а, то есть идентичности существа, не просто добившегося успеха, но и в буквальном смысле себя создавшего, стал у нас человек, который с миру по нитке себе чего-нибудь *натянул*. Самым банальным выражением подобного «с миру по нитке» явилась у нас криминализация самых разных форм «бизнеса», которые, тогда, на заре 1990-х, легитимно или почти легитимно оказались сопряженными с мошенничеством, воровством, коррупцией и т. д.

Однако соответствие принципу «с миру по нитке» сделалось хорошим тоном и для любого занятия, которое необходимо превратить в «бизнес». Нужно отчасти быть политиком, отчасти художником, отчасти интеллектуалом, отчасти кем-то еще. Тут-то и происходит настоящее всесмещение, оборачивающееся в то же время и круговой порукой: чтобы сделать что-либо, нужно продавать и *продаваться*, купля-продажа и есть то *дело*, которым не может не заниматься каждый из нас. (Даже не для того, чтобы преуспеть, а именно для того, чтобы быть/стать собой).

Только законченный эстет может видеть в такого рода дурновкусной мозаике соответствующее духу времени воплощение особенного «русского постмодернизма». И только эстетизирующий себя и свою деятельность профессиональный коммуникатор может превратить это в стиль жизни. Бурдые показал, что виртуальное единство мира, которое ассоциируются с глобализационными переменами, коснувшимися электронных СМИ, является в действительности своеобразным интернационалом коммуникаторов-посредников, которые повсюду осуществляют одну и ту же деятельность, и действуют одними и теми же способами.

Парадокс заключается в том, что тогда, десять лет назад, нисколько об этом не подозревая, Бурдые оказался в числе тех, кто поспособствовал обоснованию такого превращения. В 1993 году на русском языке вышел сборник его статей под названием «Социология политики». В те времена странное словцо «PR» в России еще только начинало мигать огоньком вездесущей вывески, не успев, покуда, заморозить обывателя своим холодноватым неоновым светом. И все же в те времена у нас уже появилась книга, которая могла бы послужить солидным теоретическим обоснованием входящего в моду технологического отношения к публичной коммуникации.

Впрочем, в начале 90-х лишь наиболее искушенные читатели могли заметить, что главной темой этой работы была именно *технологизация* общественной жизни.

Социальная реальность открывалась Бурдые как нечто сконструированное, *сделанное*, а существование социальных классов и групп объявлялось результатом политической мобилизации. (Больше для теоретического подкрепления подобного умонастроения сделали лишь книги Ж. Бодрийяра, которого, как и Бурдые, знают весьма однобоко – все слышали о его симулякрах и симуляциях, но почти никто – о предпринятой им критике «нетранзитивности» масс-медиа). Ничто в этом мире, – с пошловатой пышностью переведенным в той первой книге как «социальный универсум», – не происходило без вмешательства воли господствующих, которые делали инстанцией этой воли свои представления. Отсюда брала начало классическая бурдьеринская категория *символической власти*.

Эта категория позволяла избавиться от присутствия метафизики в социологии (характеризующего, в частности, теорию лидерства М. Вебера) и обратиться к социологизации самой метафизики. Иными словами, благодаря этой категории открывалась возможность избавиться от наследия, связанного с веберовским понятием харизмы, и воспринять любой личный дар как результат особой производственной деятельности, в равной степени не относящейся ни к традиционному экономическому производству, ни к числу творений Бога или Природы.

Символическая власть – это власть делать нечто существующим, обращаясь к словесным ресурсам и обращая в ресурс все, что связано с возможностью сохранять молчание или, напротив, высказываться. Произнесенные слова сотворяют события, позволяя отчасти свершаться даже тому, чего нет и никогда не было. Непроизнесенные слова оставляют свершившееся в ватном вакууме молчания, позволяя всем жить так, как будто ничего не случилось и не может случиться в принципе. Носитель символической власти – тот, кто способен вызывать веру, однако, утратив в качестве своего объекта Бога и Природу, вера сама перестала быть чем-то природным или божественным. Теперь вызывать веру может не тот, кто наделен соответствующими необычайными способностями, а тот, кто имеет специфические возможности, *средства*, выступающие в качестве равноправной (наряду с экономическим, политическим и пр.) разновидности капитала, который можно прирастить или растратить, использовать или оставить без движения.

Разумеется, даже ничего не зная об авторе и его произведениях, за эту мысль в свое время сразу ухватились те, кто был профессионально связан (или хотел быть связан) с формированием общественного мнения и функционированием средств массовой информации.

К числу этих людей относятся средней руки демиурги «новой страны», специалисты по выборам кого угодно куда угодно, эссеисты из глянцевого журналов, активисты «возрождения России», чиновники, склонные к философским занятиям, мелкопоместные делатели королей, культурологи и культуртрегеры, интернет-писатели, пропагандисты, переводчики французской литературы, выпускники гуманитарных вузов, люди, следующие за модой, производители печатной продукции, обозреватели, пишущие за ставку и за гонорар, бывшие одесские кружковцы-диссиденты и их достойные ученики, в общем, потенциально все, кто ассоциирует свою деятельность с плетением словес и выписыванием (выстукиванием) букв. А также с тем, что соотносится каким-то образом с ласкающим их слух понятием «позиционирование».

То, что для Бурдые, вскрывавшего неизбежность капитализации символической власти при господстве экономических отношений, было предметом *критического* (и, надо сказать, в некоторых случаях критичнейшего) анализа, сделалось плохо понятым и переваренным руководством к действию.

Только сейчас им открывается, как обманулись те, кто воспринял все это подобным образом.

Думая, что получили из рук Бурдые «научное» подтверждение собственной гордыни: *если общественная реальность создается, мы главные люди в этом лучшем из миров*, «посредники-коммуникаторы» столкнулись с постановкой вопроса, согласно которой, выступая от имени профессионального сообщества, они дискредитируют само имя профессионала.

Полагая, что апелляция к бурдьеринским построениям сделает их неуязвимыми для любой критики, они оказались предметом скрупулезного анализа собственной монополии на критические суждения со стороны того, кто, как им еще недавно казалось, снабдил их подобной неуязвимостью.

Надеясь, что никто не посягнет на их законное право присваивать себе возможность воплощать общественное мнение, они сделались достоянием исследования, в котором само это общественное мнение рассматривается с точки зрения процедур отбора и выражения наиболее ортодоксальных и кондовых суждений.

Как видно, смерть не сделала Бурдые менее беспощадным и точным.