

Т.В. САФОНОВА, М.М. СОКОЛОВ

ПРЕДСТАВЛЕНИЕ СЕБЯ «КУЛЬТУРНЫМ» В ПОВСЕДНЕВНЫХ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯХ

В своих исследованиях П. Бурдьё, а затем П. ДиМаджио показали, что близкое знакомство с произведениями высокого искусства и активное участие в культурной жизни сообщества имеют сильные положительные корреляции с уровнем образования, карьерным ростом и шансами на заключение выгодного matrimoniального союза [1–4]. Интенсивность культурного потребления индивида в большей степени зависит от аналогичного показателя семьи, в которой он вырос, нежели от других релевантных переменных, например, качества образования родителей, их доходы и умственные способности.

Теория, объясняющая эти факты, предложена Бурдьё, который ввел — по аналогии с экономическим капиталом — понятие «культурного капитала» [5], который включает: «престижные культурные ресурсы» [3, р. 1233]; «институционализированные, то есть широко распространенные культурные сигналы ... используемые для социального и культурного исключения» [7, р. 156]; «потребление определенных видов искусства, которое маркирует людей как представителей определенных классов» [6, р. 52]; «компетентность и знакомство с доминирующими культурными кодами и практиками — например, стилями речи, эстетическими представлениями и стилями интеллекции» [8, р. 573]. Бурдьё предположил, что элита современных обществ воспроизводится не столько путем прямой передачи статусов старших поколений младшим, сколько через инвестиции в «культурный капитал» детей, который потом может быть легко конвертирован теми в экономический или политический капиталы.

Как происходит конвертация культурного капитала в капиталы иных типов? В соответствии с наиболее распространенной точкой зрения, высказанной, в частности, ДиМаджио и Мором, вначале культурный капитал превращается в социальный капитал включения в

Сафонова Татьяна Владимировна — научный сотрудник Центра независимых социологических исследований. Адрес: Санкт-Петербург, Лиговский пр., д. 87, офис 301. Телефон/факс: (812) 118-37-96. Электронная почта: tsafonova@yandex.ru

Соколов Михаил Михайлович — кандидат социологических наук, преподаватель факультета социологии Санкт-Петербургского государственного университета, научный сотрудник Центра независимых социологических исследований. Адрес: Санкт-Петербург, Лиговский пр., д. 87, офис 301. Телефон/факс: (812) 118-37-96. Электронная почта: sokolovmikhail@yandex.ru

ЛИТЕРАТУРА

1. Агаджанян А. Религиозный дискурс в российских масс-медиа: энтропия, симфония, идеократия // Старые церкви, новые верующие: религия в массовом сознании постсоветской России / Под ред. К. Каарнайнена и Д.Е. Фурмана. М.: Летний сад, 2000.
2. Белякова Е.В. Церковный суд и проблемы церковной жизни. М.: Культурный центр «Духовная Библиотека», 2004.
3. Боглино А. Структурализм и функционализм // Монсон П. Современная западная социология: теории, традиции, перспективы. СПб.: Нотабене, 1992.
4. Голубинский Е.Е. История канонизации святых в Русской церкви. М.: Крутицкое патриаршее подворье, 1998.
5. Духовная организация общества в контексте его стратификации // Социальное расслоение и социальная мобильность / Отв. ред. З.Т. Голенкова. М.: Наука, 1999.
6. Коуз Р. Фирма, рынок, право. М.: Дело, 1993.
7. Ледевева А. Современная социальная теория: Бурдьё, Гидденс, Хабермас. Новосибирск: Изд-во Новосибир. ун-та, 1995.
8. Мертон Р. Явные и латентные функции // Американская социологическая мысль: Тексты. М.: Изд-во МГУ, 1994.
9. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. М.: Начала, 1997.
10. Парсонс Т. О структуре социального действия. М.: Академический Проект, 2000.
11. Прохоров Г. М. Святые в истории Руси // Труды Отдела древнерусской литературы. 2003. Вып. 54. С. 78-98.
12. Федотов Г. Святые Древней Руси. М.: Московский рабочий, 1991.
13. Chapin F.S. Contemporary American institutions. New York: Harper & Brothers, 1935.
14. Macrides R. Saints and sainthood in the Early Palaiologan period / Ed. by S. Hackel. London: Fellowship of St. Alban and St. Sergius, 1981.
15. Merton R. Social theory and social structure. New York: Free Press, 1968.
16. North D. Institutional change and economic history // Journal of International and Theoretical Economics. 1998. No. 1.

и для демонстрации (и иногда подделки) собственного, рассмотрим конкретные техники, используемые представителями российского нового среднего класса³.

Когнитивная модель высокой культуры

Такой моделью, распространённой в нашем обществе, антропологи назвали бы системы имплицитных представлений об устройстве высокой культуры, служащие для практической ориентации [16, р. 150–181; 17]. Главными особенностями этой модели являются, во-первых, деление культуры на множество уровней и, во-вторых, представление о том, что каждый человек в данный момент времени может находиться только на одном из этих уровней, что и определяет его эстетическую мотивацию. Каждому культурному уровню соответствует определенный набор объектов потребления. Тем, кто остался ниже, он еще недоступен, а тем, кто поднялся выше, — уже не интересен (разве что в качестве сентиментального напоминания о прошлом, как детские сказки для большинства взрослых), причем предполагается, что, в общем и целом, чем выше уровень, тем больше удовольствия, получаемое от встреч с прекрасным. С этой точки зрения приобщение к высокой культуре превращается в вид спорта, сходный с альпинизмом. Сама она при этом понимается как какое-то препятствие, наподобие горного склона, восхождение на который сопряжено со значительными трудностями⁴.

Чтобы представить, как устроены культурные уровни, сравним обоснования положительных ответов, которые можно получить от знакомого, встреченного в оперном театре, на вопрос, понравился ли

³ Мы ограничимся представлениями молодых людей, входящих в этот класс, которые живут в Петербурге и, по большей части, работают в сфере социальных наук и исследований рынка. Наблюдения, сделанные в ходе общения с людьми, составили важную часть наших данных, и мы хотим выразить благодарность тем, кто невольно поставил нам материал для анализа. Использовались также более систематические наблюдения, произведённые в Эрмитаже, Филармонии и Мариинском театре в Санкт-Петербурге с декабря 2001 по сентябрь 2003 г. Цитаты, касающиеся Мариинского театра, взяты из частично опубликованного исследования Татьяны Сафоновой [13]. В Мариинском театре проводились также интервью с низшим и средним эшелонами персонала. Наконец в дело пошли практические руководства по увеличению своего культурного капитала [14, 15]. Работа была поддержана малым грантом Центра независимых социологических исследований (Санкт-Петербург).

⁴ Разумеется, наверх ведут разные тропы, соответствующие разным траекториям «эстетического развития». В этой статье мы рассматриваем эстетические вкусы только как символы культурного уровня. Безусловно, потребление произведений искусства наделено еще множеством значений, релевантных для представления себя другим.

статусные группы и уже потом конвертируется в экономический или любой другой [3, р. 1256]¹. Однако статусные группы в современных обществах слишком многочисленны и географически рассеяны для того, чтобы культурное потребление их членов постоянно происходило на глазах друг у друга. Каждый из них поэтому периодически сталкивается с необходимостью обосновать свои претензии на определенный «культурный уровень» перед новой аудиторией. В этой ситуации более важным оказывается не то, что на самом деле потребление и усвоено, а то, что может быть продемонстрировано другим. Неудачная демонстрация культурного капитала равносильна его аннигиляции². Для обозначения интеракций, в ходе которых осуществляются демонстрации составляющих культурный капитал познаний, компетентности, а также привлекается внимание к иным атрибутам, указывающим на обладание им, мы предлагаем использовать понятие «культурного дисплея» [11, р. 1–5].

Пытаясь идентифицировать способы представления людьми своего культурного капитала, мы опираемся на подход, предложенный И. Гофманом [12]. При этом мы игнорируем соображения долговременной стратегии культурного потребления, хотя, безусловно, именно она стоит за большинством успехов в утверждении человеком своего «культурного уровня». Взаимодействия, в ходе которых осуществляется культурный дисплей, обычно скоротечны — но успех в них требует длительной и тщательной подготовки так же, как способность выхватить револьвер на долю секунды раньше противника требует долгих лет тренировок. Мы, однако, рассмотрим сейчас только то, что происходит в эти доли секунды.

Далее мы опишем общие представления о высокой культуре, которые необходимы как для оценки «культурного уровня» других, так

¹ В соответствии с альтернативной теорией, потребление высокого искусства развивается мастерство в обращении с символическим материалом, которое потом может быть применено в самых разных практических ситуациях [9]. Так, например, чтение романов помогает овладеть «высокой речью», используемой во множестве разнообразных ситуаций — от написания школьных сочинений до ведения любовной переписки. Салливан полагает, что в современных западных обществах это верно только в отношении литературы, но не в отношении живописи, музыки или архитектуры [10].

² Самое главное отличие культурного капитала от экономического состоит в том, что первый существует преимущественно в инкорпорированной форме, в то время как второй — в объективированной. Банкир может появиться в рваных джинсах и нисколько не обеднеет от этой демонстрации бедности, но тот, чье положение в обществе зависит от репутации человека с хорошим вкусом, не может столь же безнаказанно демонстрировать его недостаток.

ему сегодняшней спектакль: (1) да, мне нравится слушать музыку; (2) я люблю оперы; (3) я обожаю Вагнера; (4) я без ума от «Парсифала»; (5) мне очень нравится эта постановка «Парсифала»; (6) сегодня не пел отлично, а скрипичная группа превзошла сама себя. И так далее до секундного разбора партий отдельных инструментов. Первый ответ сравнивает посещение музыкального театра с другими способами проведения досуга, второй — оперу с иными музыкальными жанрами, третий — Вагнера с другими композиторами, четвертый — «Парсифала» с другими вагнеровскими операми, пятый — эту постановку «Парсифала» с другими постановками, и последний — работу певцов и оркестра сегодня с их работой в другие дни. Каждый следующий ответ свидетельствует о большем опыте посещения культурных событий и способности различать оттенки эстетического опыта — иными словами, о все более высоком «культурном уровне».

В рамках данной модели вкуса, выражающийся в выборе определенных объектов для эстетического потребления, и «качество» их понимания неразрывно связаны друг с другом. Интуиция уверяет, например, что те, кто может оценить игру скрипичной группы, вряд ли проявят большой интерес к творчеству ансамбля «Воровайки», а те, кто в совершенстве знают Чехова, наверняка неравнодушны к нему. На самом деле, конечно же, из этого правила есть масса исключений. Однако ситуаций, подчиняющихся ему, достаточно, чтобы использовать объекты, выбираемые для культурного потребления, широту познаний относительно них, интенсивность переживаемых эмоций и уточненность суждений вкуса как взаимозаменяемые индикаторы «культурного уровня».

Распространенный взгляд на культурность представляет ее как подобие спорта, в особенности популярного среди интеллектуалов. Те, кто принимает участие в состязаниях, но проигрывает, испытывают легкое презрение со стороны окружающих, поскольку считают, что успешность здесь связана с каким-то очень важным свойством, обнаружить недостаток которого на людях позорно [18, р. 214–239]. Те, кто отказывается играть, могут быть восприняты как недостаточно социабельные и заподозрены в том, что не играют просто потому, что заранее обречены на неудачу. Этих моральных стимулов достаточно для того, чтобы заставить большинство людей включить себя в игру, — но не для того, чтобы заставить их играть честно.

Оценка индивидуального исполнения роли «культурного человека» усложняется тем, что ни эстетические чувства, ни эрудиция, ни качество вкуса внешне не наблюдаемы. Их можно оценить, только отслеживая их поведенческие корреляты, вербальные и невербальные, которые служат символами культурного статуса. Однако, как констатировал Гофман в самой ранней и наименее известной из своих работ, символы — не всегда лучшие показатели социального статуса

[19, р. 300]. Обладание символом возможно и при отсутствии свойства, которое он предположительно обозначает. Рассмотрим основные группы символов культурного статуса и то, как они могут быть подделаны и защищены от подделки.

Символы культурности

Потребление. Основным символом влечения к определенным культурным объектам является — что вряд ли неожиданно — их потребление. Постоянные встречи в театре или в филармонии могут лучше, чем что-либо другое, рекомендовать двух ценителей прекрасного друг другу. Решающее значение в этом случае, однако, имеет то, какая именно культура потребляется. Регулярное потребление низкостатусного искусства или излишняя информированность о нем способны только комприметрировать. Все собеседники, с которыми мы обсуждали эту тему, так или иначе обнаруживали склонность судить о культурных объектах с точки зрения иерархии вкусов, о которых свидетельствует интерес к ним.

Так, одна из самых распространенных форм уничижительной личностной характеристики в нашем обществе выглядит примерно так: «Да что вообще можно сказать про девушку, которой понравилась "Титаник"?» или «Пришла к нему в гости, а у него на кассетах только "Любэ". Господи, какой идиот!» Или — несколько самоуничижительно — «Мне нравится Мирей Матье. Я знаю, что это плохо — но ничего не могу поделать». Отчетливо прослеживается классификация книг по тому, насколько знакомство с ними может быть признано на публике. Есть произведения, чтение которых необходимо скрывать. Если признание в нем по какой-то причине неизбежно, то оно должно быть, по крайней мере, оправдано ссылкой на смягчающие обстоятельства: «Когда я болею, то читать могу только женские романы», «Я лежал в больнице и от нечего делать просмотрел всего Корецкого, который был у соседа», «Мой прошлый молодой человек был буквально повернут на таких книгах, и мне их тоже приходилось из-за него читать. Одна из причин, кстати, почему мы расстались».

Следующий уровень составляют книги, которые можно читать и при менее экстраординарных обстоятельствах, но упоминание которых, тем не менее, требует немедленных указаний на то, что это — не единственное и не главное, что читает говорящий: «Когда приедешь с работы, хочешь просто расслабиться. Я обычно читаю по вечерам Акунина. На Хайдеггера меня в это время уже не хватает». Третий тип составляет нечто вроде стандарта, соответствие которому не требует специальных оговорок. Наоборот, несоответствие с самыми популярными из таких произведений требует оправданий. До недавнего прошлого самым типичным автором этой категории был Пелевин, и по его поводу периодически происходили диалоги типа: «Как, ты не

Несмотря на все эти тонкости, выбор объектов для культурного потребления — не лучший тест на культурный статус. Индивид может посещать культурные события, на самом деле не особенно притягательные для него, но относительно которых известно, что они привлекают «культурных людей». Любой, претендующий на звание театрала, знает, что статус премьеры выше статуса обычного спектакля, и стремится посетить именно премьеры, несмотря на то что не испытывает потребности увидеть новую постановку как можно скорее. Информация, куда ходят «культурные люди», что они читают или смотрят, может быть легко получена из многочисленных специальных изданий. В этом состоит одна из причин того, что культурные объекты переживают стремительную инфляцию, описанную Г. Зиммелем в его исследовании моды [20]. Например: «Я долго стеснялась подойти к прилавку и купить Токареву. Теперь это уже совершенно неприлично — ее надо было купить еще два года назад».

Другой показатель культурности связан прежде всего с оценкой эмоциональной составляющей культурного потребления. Любовь к искусству требует жертв, в первую очередь финансовых, — билеты в театр или музей стоят достаточно дорого. Те, кто готов тратить на них значительную долю своего бюджета, предоставляют тем самым окружающим несомненное свидетельство глубины своего увлечения, особенно если они при этом пренебрегают комфортом в ситуации культурного потребления ради увеличения его количества. Стереотипом «культурности» служит интеллигентная старушка, которая покупает входные билеты на 3-й ярус Мариинского театра и стоит там часто. Этот образ периодически всплывает в интервью с персоналом театра: «Вот у нас есть одна дама, очень интересный человек, часто ходит, всегда сидит на одном месте, на ступеньках лесенки.

— И она готова терпеть эти неудобства?
— Неудобства?! Нет, наоборот. Настоящим ценителям они [удобства] не нужны. Они видят, слышат — это главное!»

Или: «Вот приходят люди и стоят. А рядом сидит дама и говорит: "Пусть они отсюда уйдут, они мне мешают". А они не могут уйти — для них музыка это все, а мест нет».

Жертвы, приносимые ценителями прекрасного, становятся излюбленной темой для обсуждения в фойе. Особенно часто речь идет о Большом зале петербургской Филармонии, посещение которого в летние месяцы из-за жары и духоты действительно требует определенной самоотверженности. В антрактах можно услышать, как десятки людей независимо друг от друга с пристрастием пересчитывают обмороки, случившиеся на балконе.

Предполагается, что эстетические чувства должны быть достаточно сильными, чтобы вытеснить не только боль в затекших ногах, но

читал "Generation П"? Я думаю, его уже все вообще читали». Наконец, к четвертому типу относятся книги, чтение которых может быть предметом особой гордости. Знакомство с ними также не признается обычно без специальных оговорок, но эти оговорки сильно отличаются от оговорок по поводу предыдущих типов, поскольку делаются, чтобы сохранить не свое лицо, а лицо собеседника, наверняка их не читавшего и, таким образом, рискующего оказаться в положении менее культурного: «Я решил, что прочитаю "Улисса" на английском, — сидел без работы, так что времени много было. Два месяца убил, но врубился и прочитал».

Самой большой опасностью для тех, кто ориентируется на престижность потребляемых культурных объектов, является риск не отличить их от объектов, в действительности совсем не престижных. В качестве примера приведем фрагмент из интервью с билетером Мариинского театра: «Басков — интересное явление в Мариинке. Театралы находят его уровень достаточно низким, такой вот полпой классического музыкального искусства, просто хорошо раскрученной. Поэтому на Баскова собирается очень много народа, это чаще домохозяйки, не особо разбирающиеся, молодые школьницы, для которых он предстает в роли Леонардо де Каприо, старушки-пенсионерки. Ну, еще жены новых русских, у которых деньги, может быть, и есть, но они ничего не понимают в искусстве — в общем, не театралы, а те, кто хочет посмотреть на Баскова. Из ценителей, может, кто и интересуется "Евгением Онегиным", но как узнают, что поет Басков, чаще отказываются».

В Мариинском театре есть своя иерархия жанров (концерт выше оперы, опера выше балета), иерархия постановок, иерархия исполнителей и иерархия мест в зале. Из интервью с билетером: «Какие места в зале ценятся среди театралов, а какие у других посетителей? Театралы подходят с точки зрения акустики, и в этом смысле ценятся места слева, скрипичная группа в оркестре. На оперу садятся подалее, на концерт — еще дальше, на балет — поближе. Боксовые ложи часто заполняются людьми неопытными, так как там полонины сцены не видно, но зато очень хорошо видно зрителю. Партер среди театралов не котировается, а, соответственно, "круто". Театралы это очень популярное место — это считается "круто". Театралы всегда сидят на третьем ярусе, потому что дешево и великолепно акустика. А партер — это всегда богатые люди, которые не разбираются в искусстве, но у них есть деньги»⁵.

⁵ Места, которые занимают люди с наибольшим культурным капиталом, замечательным образом оказываются и самыми дешевыми. Культурная экология театрального зала воспроизводит карту распределения культурного и экономического капиталов, составленную Бурдьё [6].

и любые мысли и ощущения, кроме самых возвышенных. Театр — это место, где надлежит думать лишь о прекрасном, причём не только во время действия, но и в антрактах. Большинство посетителей демонстрируют лояльность этому предписанию, ведя во время перерывов беседы на соответствующие темы со своими спутниками. Те, кто явился на спектакль в одиночестве, оказываются в затруднительном положении и отчаянно цепляются за любой выход — рассматривают интерьер, бесцельно передвигаются между фойе разных ярусов, многократно читают программку или начинают что-то записывать⁶.

Косвенные свидетельства. Помимо непосредственных свидетельств интенсивности культурного потребления существуют ещё и косвенные. Прежде всего, это практическая осведомлённость о местоположении, режиме работы и ценах соответствующих учреждений. Возьмём, например, такой эпизод, наблюдавшийся в Эрмитаже. Пожилая супружеская пара поворачивает у Иорданской лестницы направо, в залы первого этажа. Пройдя несколько шагов по коридору, мужчина поводит носом и удивленно говорит своей спутнице: «Кофе пахнет. Что, кафе сделали, что ли?» В ответ та только разводит руками. Этот эпизод позволяет возможным наблюдателям идентифицировать пару как редких посетителей музея. Наоборот, хорошая странственная ориентация в залах выдает постоянного посетителя.

Сходным образом завсегдатая знаком со множеством конвенций, сложившихся вокруг каждого отдельного института культурного потребления. Как замечают Димаджио и Узим, «владение правилами поведения в учреждении высокой культуры имеет решающее значение при их посещении» [4, р. 150–151]. Так, знание того, что в театр позволительно взять с собой плитку шоколада, но, скажем, не мармелад, свидетельствует или о большом личном опыте, или о блестящем владении культурным кодом, определяющим оппозицию между аристократическим шоколадом и плебейским мармеладом⁷.

⁶ Эта неловкость — не просто следствие того, что им нечего делать. Люди проводят гораздо более долгое время в ожидании транспорта или в нём самом, не демонстрируя беспокойства по поводу своего бездействия.

⁷ Другой пример подобной конвенции приводит Бурдьё, который пишет о «норме времени, отводимого для посещения музея»: на нее ориентируются даже те, кто не знает, куда им себя в это время деть [1, р. 38]. Он утверждает, что обладатели высокого культурного капитала в среднем проводят больше времени в музее, потому что, например, осматривают не только ту выставку, на которую пришли, но и все остальные. В России, однако, преобладает прямо противоположная идеология, согласно которой «культурным людям» надлежит прийти, увидеть одну картину — и покинуть музей, чтобы не перемешивать впечатления. Эта практика противопоставляет их тем, кто поглощает эстетический винегрет, желая «получить все за свои кровные».

Внешний вид человека, пришедшего в учреждение культурного потребления, также выражает отношение к тому, что там происходит. Однако здесь существует несколько идеологий. Одна из них требует появляться в подобных местах в одежде, которая подчеркивает са-кральный статус приобщения к прекрасному, — мужчины в костюмах, женщины в нарядных платьях. Противоположная идеология поощряет, наоборот, неформальность и раскованность во внешнем облике, которая показывает, что происходящее не экстраординарное событие. Характерно, что работники театра, за исключением оркестрантов, во время своих нередких появлений в фойе доводят эту тенденцию до логического конца, выходя едва ли не в спецовках⁸.

С точки зрения последней группы, пиетет к происходящему, выражаемый с помощью официального внешнего вида, выдает отчужденность от культурных событий и ограниченность культурного капитала. Заметим, что проблема с выбором костюма отражает двойственность, характеризующую все отношение к высокому искусству. Оно должно быть благоговейно-серьезным и в то же время несколько фамильярным, небрежным и самоироничным.

Наконец, стоит выделить группу материальных символов состоявшегося культурного потребления. Это может быть собственный театральный бинокль, позволяющий предположить, что его владелец достаточно часто бывает в театре, программки спектаклей, которые бережно уносятся домой и некоторое время хранятся там на видном месте. В целом, символы, призванные передавать информацию об эстетических переживаниях и интенсивности культурного потребления, не лучшим образом защищены от подделки. Наши контакты с высокой культурой редко происходят на глазах у нужных людей, за исключением наиболее близких, чье представление о нашем культурном капитале, мы, как правило, менее всего способны изменить. Аритизма и самоконтроля достаточно, чтобы имитировать полную вовлеченность, а наблюдательности — чтобы усвоить все релевантные конвенции. Несколько сложнее обстоят дело со знанием, например, планировки Эрмитажа, но его отсутствие может быть оправдано ссылками на «топографический кретинизм».

К счастью для тех, чей статус в значительной степени зависит от аккумулярованного культурного капитала, приобщение к искусству оставляет следы в виде не только театральных программок или музейных каталогов, но и определенного рода информации.

⁸ О подобной демонстративной неформальности пишут также Бурдьё и его коллеги [1, р. 53]. Интересно, однако, что в этом случае сказываются не только различия в культурном капитале, но и поколенческие сдвиги. Так, в филармонии мужчины старше 50 появляются в костюмах почти всегда, а мужчины моложе 30 — практически никогда.

