

Источники

Пригожин, И. (1983). Эйнштейн: триумфы и коллизии. В: *Эйнштейновский сборник, 1978–1979* (с. 109–123). Москва: Наука.

Пригожин, И. (1985) От существующего к возникающему: Время и сложность в физических науках. Москва: Наука.

Тягло, О. В., Воропай, Т. С. (2018). Як бути людиною у сучасному світі? Пам'яті Мирослава Володимировича Поповича. В: *Творчість Г.С.Сковороди як метатекст української культури. Пам'яті Мирослава Володимировича Поповича*. Матеріали XXVI Харківських міжнародних Сковородинівських читань (28–29 вересня 2018 року) (с. 303–309). Харків: Майдан.

Участь у культурі: люди, спільноти, стани (2018), за ред. Н. Костенко. Київ: ІС НАН України.

Получено 30.07.2019

АЛЕКСЕЙ МУСИЕЗДОВ,

доктор соціологічних наук, професор кафедри соціології ХНУ ім. В.Н.Каразіна, Харків

Культура в чрезвычайном состоянии



Участь у культурі: люди, спільноти, стани
(Н.Костенко, А.Ручка, Л.Скокова, Р.Шульга,
В.Бурлачук, М.Наумова, К.Тягло, Т.Нікітіна, О.Пипич, С. Солодько) / за ред. Н.Костенко. — К.: Інститут соціології НАН України, 2018. — 320 с.

Формат рецензії передбачає оцінку — що зроблено, як зроблено, як представлені результати і т.п. Мені прежде всего хотелось бы снять с себя такую ответственность, прясась за той идеей, что любая научная мысль имеет право на существование. Поэтому здесь я пытаюсь сделать нечто вроде краткого пересказа основных идей, которые меня заинтересовали и, надеюсь, заинтересуют также других. Конечно, здесь будет упомянуто не все, и не всегда в той форме, которую выбрали авторы. Но обо всем самом интересном и наиболее плодотворном для дальнейшего развития я упомяну. И если у читателя этой рецензии возникнет желание прочесть книгу, я буду считать свою миссию выполненной.

© А.Мусиездов, 2019

* * *

“Чрезвычайное состояние” (*“emergency”*) — весьма удачная метафора для описания современной украинской культуры и общества. Если кратко, то речь идет о чувстве исключительности ситуации: она требует порой не только непривычных, а иногда и “неправильных”, “ненормальных” (с точки зрения должного и привычного) реакций. Исключительность означает и временность: чрезвычайные состояния должны сменяться “обычными”. И отличие от “аномий”, “кризисов”, “трансформаций” или “переходов” заключается в том, что норма обычного состояния находится не где-то далеко, в конце долгого пути или в “золотом веке”, а близко — “мы уже так жили недавно” (например, “до войны” или “до Майдана”), или “уже почти живем так” (например, в Европе). Конечно, важно помнить, что понимание нормы для разных общественных слоев и сообществ различно, но чувство возможности относительно быстрого возврата к ней является общим. То есть ни одна из общественных сил не ощущает своего поражения и поражения своей культурной нормы и надеется на победу. Пока что. Следовательно, если обычно нынешнюю ситуацию описывают в терминах “объективных” изменений и процессов — ценностей, правил, ориентиров и т.п., которые действительно имеют место, то “чрезвычайное состояние” фокусирует внимание именно на чувствах, которые весьма косвенно связаны с “реальным” положением вещей и ходом событий и, среди прочего, во многом поддаются медиавлияниям и другим “массовым внушениям”. Как же люди живут в таких условиях? Или: кто что чувствует? И кто как ведет себя в соответствии со своими чувствами?

Например, сталкиваясь с ограничениями, люди экономят. Одни сокращают затраты на дорогие товары, хобби и развлечения, другие — на культурное потребление или обучение детей, третьи — на еду и товары первой необходимости. Кто-то инвестирует больше времени на поиск возможностей экономии, кто-то — на возможности заработать или совершить карьерный рывок, а кто-то — на помощь другим. Такие, вроде бы очевидные наблюдения и выводы и составляют суть исследований культуры общества в целом и в неопределенные времена в частности, если под культурой иметь в виду “формы человеческого взаимодействия”.

С другой стороны, более “утонченной” для этой области науки является тематика символического. Если кратко вспомнить основные тенденции, то желание сохранить собственную идентичность путем манифестации принадлежности к тем или иным реальным или воображаемым общностям “единомышленников” — отнюдь не ново. В частности, благодаря употреблению или неупотреблению определенных символов, практик коммеморации или массовых ритуалов и т.п. Разумеется, важна (поскольку довольно легка для участия) площадка социальных медиа и медиа в целом.

Эти общие рассуждения и наблюдения очерчивают состояние современного украинского общества. Но авторы не забывают обратить внимание на концептуальные основания, в частности, предложенные в постбурдьеизанских дискуссиях. Они важны не только потому, что развивают и одновременно критикуют теперь уже классические идеи, но и потому, что заостряют внимание на том, что фактическое действие вносит важные поправки в структурные схемы, очерченные инструментами теории П. Бурдьё. В них, например, отрицается тезис об обязательном соответствии между принадлежностью к группе и потреблением, вводится различие между диспозицией и ее применением, много внимания уделяется контекстам “участия в культуре”. А учет этих новых интерпретаций и идей может стать плодотворным для понимания “культурной партиципации”.

Поскольку многие новые замечания и выводы опираются на ряд эмпирических исследований, в том числе сравнительных, авторы описывают “исследовательскую инфраструктуру”, к которой можно обращаться в поисках ответов на собственные исследовательские вопросы или для ознакомления с чужим опытом в данной отрасли.

Общее описание роли культуры в обществе также подытоживает некоторые наблюдения над украинской культурой. К примеру, авторы утверждают, что уважительное отношение к культуре можно считать составляющей национальной идентичности, что несмотря на все общественные изменения культура остается тем, что считается определенным общественным и индивидуальным ресурсом. И это — несмотря на проблемы с “финансированием творцов” и коммерциализацию культурного производства и потребления. Важность культуры в понимании общества подтверждается развитием культурных индустрий — нередко по западным образцам, имплементация которых зачастую осуществляется на началах международного сотрудничества. При этом данные образцы более эффективны по сравнению с отечественными практиками “поддержки культуры”, тянущимися еще с советских времен. Признают это не только активисты, но и те, кто привык издавна “руководить культурой” традиционным способом.

Что касается “рядовых украинцев”, то желание быть “культурным человеком”, конечно, не исчезает и остается определенным ориентиром, хотя содержание этого бытия, очевидно, изменится во времени и является разным для разных групп. Авторы описывают ответы респондентов на этот вопрос, полученные в 2017 году. Нет смысла здесь пересказывать результаты — заинтересованный читатель сможет уделить им достаточно внимания. Но крайне интересным представляется выделение кластеров представлений о культурном человеке, которые помогают лучше увидеть современное украинское общество с этой точки зрения.

Итак, имеем следующие кластеры:

- К кластеру **“Индифферентность”** (38% респондентов) чаще принадлежат сельские жители, люди со средним и ниже образованием, молодежь в возрасте до 30 лет и жители Западного региона. Это то большинство, которое относительно равнодушно к вопросам культуры и не отождествляет “культурного” и “порядочного” человека.
- Второй по численности кластер **“Моральные принципы”** (28%), наоборот, характеризуется осознанной связью между культурой и нравственностью. А отсутствие возрастных отличий свидетельствует о преемственности этой позиции.
- Кластер **“Культурная активность”** ожидаемо достаточно небольшой (11%), с преобладанием людей с высшим и неполным высшим образованием, городских жителей и жителей Южного региона.
- Также небольшим является кластер **“Забота о природе”** (12%), к которому чаще всего принадлежат образованные и небогатые люди, женщины, интеллигенция, люди с либеральными ценностями; возрастные отличия отсутствуют.
- Кластер **“Национальные традиции”** (11%) также охватывает более образованную публику, городских жителей, женщин, представителей среднего класса и людей старшего возраста.

Способствует пониманию современного общества и его анализ сквозь призму так называемых “ценностных синдромов” — определенных связанных между собой ценностей. Так, ценностный синдром **“безопасности”** в течение 1994–2016 годов остается наиболее важным и относительно других, и в абсолютном

измерении (4,8–4,7 по пятибалльной шкале). Синдром “**социальный комфорт**” со второго места переместился на третье, хотя несмотря на неоднозначный путь в течение этих лет, в конце концов оказался почти рядом с теми же показателями, что и в 1994-м (4,1–4,0). Его опередил синдром “**самореализация**”, который изменился с 3,6 в 1994-м до 4,1 в 2016-м. Наибольшие изменения претерпел синдром “**демократия**” (комплекс политико-гражданских ценностей) — с 3,0 в 1994 году до 3,8 в 2016-м.

Интересен также анализ компетентностей, а именно — самооценки того, в какой мере респондентам не хватает определенных качеств, которые должны помочь в достижении необходимых целей. В исследовании изучались следующие показатели: умение жить в новых общественных условиях; приемлемая работа; современные экономические знания; уверенность в своих силах; современные политические знания; решительность в достижении своих целей; инициатива и самостоятельность в решении жизненных проблем; возможность работать с полной отдачей. Так, авторы выявили уменьшение доли тех, кому недостает определенных качеств, что может свидетельствовать о некотором (хотя и незначительном) росте компетентности в украинском обществе в целом. Что касается общественных групп, то в наибольшей мере нуждаются в развитии (по их мнению) представители административного слоя, предприниматели и самозанятые, специалисты (как технические, так и гуманитарные), в наименьшей степени — пенсионеры.

Связь компетентностей с ценностями очевидна: именно ценности влияют на то, будет ли считать человек отсутствие тех или иных качеств недостатком, будет ли стремиться к получению тех качеств, нехватку которых ощущает, и т.п. Авторы иллюстрируют эту связь на примере сравнения двух типологических групп респондентов, выделенных по результатам исследования — “компетентных” и “малокомпетентных”. Профили этих групп при сравнении ценностных синдромов почти не отличаются. Статистически значимые отличия касаются вопросов, связанных с самореализацией и демократией. Упомянутые группы отличаются также по досуговой активности. Все эти результаты свидетельствуют о том, что ценности действительно имеют связь с компетентностями, а высокий уровень последней интенсифицирует культурную активность граждан в сфере свободного времени.

Среди других культурных проявлений общества одним из наименее изученных является вкус. Сложность его изучения заключается в том, что он имеет тенденцию ускользать в другие сферы — от эстетики и психологии до экономики и политики. Будучи выражением нормативности, вкус избегает явной кодификации, позволяя схватить лишь наиболее общие правила, вроде того, что, например, умение разбираться в дорогом вине является производным не только от уровня доходов, но и от количества и качества времени, инвестированного в получение такого умения, что предполагает определенный уровень образования и определенный образ жизни, которые, в свою очередь, свидетельствуют об определенной классовой позиции. Поэтому глава, посвященная социологии вкуса, служит важным вкладом в развитие этого направления социологического теоретизирования.

В контексте сказанного интересно, каковы предпочтения украинцев в сфере медиа — самой массовой сфере культурного потребления. Так, “лидеры привлекательности” телевизионного потребления — художественные фильмы и новости — существенно утратили в популярности за период с 2007 по 2017 год. Предпочтение телевизионных новостей четко коррелирует с возрастом респондентов, а неизменно высоким остается интерес к развлекательным программам. С други-

ми наблюдениями и выводами можно ознакомиться подробнее в соответствующей главе. Однако отдельно следует сказать об уровне доверия к медиа. На фоне в целом невысокого уровня доверия к институтам, уровень доверия к средствам массовой информации (телевидению, прессе, радио) достигает 15–25%, что тоже является скорее низким показателем. Регион проживания и материальное благосостояние семьи — самые главные факторы доверия к ним: менее обеспеченные доверяют СМИ меньше, жители Западного региона — больше, если сравнивать с остальными регионами. Также большее доверие к медиа имеют люди старшего возраста и сельские жители. В то же время образовательные и гендерные различия не играют значительной роли — что, по моему мнению, оказалось весьма неожиданным результатом, а значит — отдельным интересным предметом для исследования. Интересно и политическое измерение доверия к СМИ. Не пересказывая всех результатов, отмечу, что, условно говоря, более успешные и оптимистичные люди больше доверяют СМИ, чем менее успешные и пессимистичные — тоже интересный кейс для будущих исследований.

Отдельную часть составляют размышления о культурных техниках в цифровое время. Это не анализ эмпирических данных и даже не концептуализация проблемы, но довольно удачное очертывание основных тем, разработка которых пока не имеет достаточных результатов. Здесь речь идет об онлайн-коммуникации и медиа-активизме, о телесных практиках обращения с гаджетами и инверсии публичного и частного, о медиа-грамотности и кибер-безопасности. Одно лишь обращение к этим темам, включение их в социологический дискурс — важный шаг для дальнейшего анализа украинского общества.

В этом контексте логическим продолжением упомянутых тем является исследование сетевой-цифровой культуры Украины. По результатам отечественных опросов в 2015–2017 годах доступ к интернету имели 63–64% взрослого населения. Соответствующее количество людей имеет и гаджеты, необходимые для доступа и работы в интернете. В плане содержания “выхода в интернет” эмпирические исследования показывают, что на 2016 год почти половина пользователей через него знакомилась с новостями, общались в социальных сетях, искали информацию на различные темы. При этом интернет-активность не препятствует участию в культуре в других формах.

С другой стороны, если сравнивать участие в культурно-досуговых практиках в 2013 и 2017 годах, то почти все из них стали менее распространенными, кроме интернет-пользования. Если кратко, то причиной этого считается нехватка либо средств (менее обеспеченные группы), либо времени (более обеспеченные). Интересно также выделение пяти кластеров по стилю расходов на товары культурно-досугового назначения:

- **“Не-потребители товаров культуры и досуга”** (31%) — чаще это люди старшего возраста, с невысоким уровнем образования и дохода; нередко их просто не интересует культурное потребление, по крайней мере, в предложенных формах;
- **“Интернет и алкоголь”** (33,4%) — название кластера обуславливают основные статьи расходов данной группы; чаще всего это мужчины, молодежь и люди среднего возраста, жители городов со средним специальным или высшим образованием;
- **“Общительные”** (17,8%) — 85% из них расходуют деньги на подарки близким к праздникам, имеют среднее специальное образование, средний и старший возраст, проживают в селах, поселках и небольших городах;
- **“Всеядные и шоперы”** (10,2%) — преимущественно молодежь, жители столицы или крупных городов, обеспеченные, с неполным высшим или

высшим образованием; расходуют деньги на подарки, кино, театр, музеи, выставки, концерты, модную одежду, технику, спортивное снаряжение и т.п.;

- **“Модники и читатели”** (7,4%) — книги, журналы, подарки, модная одежда, парфюмерия, кино — основные статьи их расходов в культурной сфере; чаще всего это киевляне, обеспеченные, женщины, с высшим образованием.

Еще одна предложенная классификация касается соотносительности с культурой (результаты выявлены на основании 12 оценочных суждений):

Культурно-компетентные, активные типы:

- **“Инструменталисты”** (17%) — считают, что культурная осведомленность способствует жизненному успеху, используют медиа, уважают творческие профессии, больше других удовлетворены своей жизнью, несут ответственность за положение дел в стране;
- **“Эстеты”** (19%) — наслаждаются продуктами культуры и искусства, признают авторитет традиции, пребывают в курсе культурных событий.

Повседневные типы:

- **“Конформисты”** (16%) — жалуются на нехватку денег и свободного времени, а также на низкое качество культурной продукции;
- **“Идеологи”** (22%) — в целом не интересуются современной культурой и культурными событиями, не следят за ними и не разбираются в этом;
- **“Критики”** (18%) — критикуют доступную продукцию, настаивают на воспитании молодежи в духе культурных традиций, на ограничении распространения произведений, не соответствующих их ценностям.

Культурно неприхотливые индивиды:

- **“Индифференты”** (8%) — люди, которым трудно ориентироваться в современной культуре, однако они соглашаются, что “культура и искусство в современной Украине активно способствуют развитию и процветанию государства”.

Насколько эти кластеры устойчивы, насколько устойчивыми они будут в дальнейшем — эти вопросы пока не имеют ответа. Среди прочего — то, о чем говорилось в начале книги: состояние “emergency”, ощущение неуверенности, неопределенности и временности накладывает свой, пока что неизвестно какой именно, отпечаток на восприятие культуры.

Отдельную сферу исследований современной культуры составляет изучение социальных сетей. Кратко ситуацию в Украине можно описать так: 57,7% взрослого населения страны имеют аккаунты в социальных сетях, преимущественно это молодые люди, которые проживают в городах, имеют высшее или неполное высшее образование и средний или выше среднего уровень благосостояния. Именно показатели возраста, достатка, образования, местожительства влияют на степень использования социальных сетей. Наиболее популярными в Украине в 2017 году оказались Facebook, Вконтакте, Одноклассники, а также Twitter и Instagram. Характеристики пользователей этих сетей в целом известны: Facebook и Twitter — более образованная, более компетентная и социально активная аудитория (новости, аналитика, обсуждение общественных событий), Вконтакте и Одноклассники — чаще русскоязычные пользователи (преобладание общения, отслеживание событий у друзей); Одноклассники — старшая группа, Вконтакте и Instagram — младшая. Особенности аудиторий соци-

альных сетей сказываются и на отличиях в культурном потреблении в других сферах, о чем читатель может узнать из соответствующей главы книги.

Рассмотрение культуры не может быть полным без суждений об искусстве вообще и современном искусстве в частности. В книге рассуждения движутся вокруг одного важного противоречия. С одной стороны, люди усматривают в искусстве определенный ресурс для саморазвития, считают его ценностью. С другой стороны, критерии того, что является искусством, а что им не является, остаются, мягко говоря, спорными и неочевидными даже для специалистов. Как же в таком случае с этим справиться? Как потребителю выбрать ориентир “настоящего искусства”? В этих условиях человек чаще всего обращает внимание на способность произведения прежде всего развлекать, что с определенной точки зрения вполне логично. Приятно отметить, что данный вывод подтверждает выводы прошлогоднего исследования зрителей харьковских театров¹ о том, что наиболее популярными жанрами являются классика и комедия.

Последнюю главу книги составляет ряд кейсов, которые иллюстрируют и дополняют предыдущие аналитические результаты.

Первый из них — о потреблении новостей. В этом контексте первый вопрос касается того, что такое новости: в какой мере “новость” может отличаться от ее “подачи”, от “комментариев”, “оценки”, а значит — в какой мере новости могут быть объективными. Второй вопрос — мера потребления новостей. Определенным показателем этого может быть уровень избегания новостей (потому что они портят настроение, привлекают внимание к тому, от чего хотелось бы отстраниться, и т.п.). Интересно, что мировая тенденция заключается в том, что в наименее стабильных странах уровень избегания новостей наивысший, а в Украине ситуация противоположная — высокий уровень нестабильности и одновременно низкий уровень избегания новостей. Потребляют новости, среди прочего, чтобы быть в курсе того, что важно для твоей группы — то есть речь идет об идентификации и включении в общие контексты. Также важно чувство контроля благодаря осведомленности о том, что происходит вокруг, а значит — возможности отреагировать на угрозы. Это, конечно, не полный перечень мотивов потребления новостей, описанных в главе.

Второй кейс касается развития форматов новостей о войне. На основе сопоставления телеканала ICTV и интернет-портала “Vice news” автор главы актуализирует дискуссии о принципах работы журналистов в условиях войны.

Третий кейс посвящен мемам. Главная его идея заключается в акцентировании того, что интернет-мемы служат ярким примером “участия в культуре” не только в качестве потребителя, но и в качестве (со)творца культурного продукта.

Четвертый кейс посвящен социальному театру времен Майдана. Изучая пример “Театра угнетенных” (“Theatre of the Oppressed”), созданного в феврале 2014 года, авторы пытаются сформулировать и сформировать методологический аппарат для изучения социального театра вообще.

* * *

Вместо “оценки” резюмирую свои основные впечатления.

Одним из интереснейших занятий при чтении книги была попытка отыскать себя в системе координат предложенных классификаций. А если серьезно, то яр-

¹ Проект “Как (не) нужно ходить в театр”, октябрь — ноябрь 2018, методы — экспертный опрос и массовый опрос ($N = 300$); финансовая поддержка Украинского культурного фонда, руководительница проекта С. Олешко, исследователи — С. Лучик-Мусиезова и А. Мусиезов.

кие и точные названия кластеров провоцируют к использованию их в других исследованиях, что является одним из важных шагов восхождения к теории.

Книга представляет собой богатое собрание материалов — эмпирических и теоретических — которые раскрывают состояние культуры украинского общества, обращаясь к различным проявлениям и контекстам. Здесь речь идет и о “моментальных снимках”, и о динамике изменений, и о тенденциях, и о теории, истории и методологии. На этом материале очерчены новые темы и направления развития “устоявшихся” тематических блоков. С этой точки зрения, можно сказать, что тема “Участие в культуре: люди, общности, состояния” раскрыта в полной мере. Возможно, единственное, чего лично мне порой не хватало, это рефлексий над самим пониманием “культуры” авторами книги. В частности, иногда складывалось впечатление, что под культурой имеется в виду скорее сфера специализированного “культурного производства”, продукты которой предлагаются для потребления. Такие рефлексии могли бы дополнить осуществленные исследования, а возможно, позволили бы обратить внимание на новые и непривычные темы.

Особую благодарность хочу выразить авторам книги за своевременность ее появления как в общем, так и в личном опыте. Я имею в виду, что, с одной стороны, последний год отмечен рядом новых исследовательских проектов в сфере культуры, в частности — финансируемых Украинским культурным фондом. С другой стороны, мне повезло участвовать в этом процессе, и новая интересная книга по социологии культуры оказалась весьма созвучной моему интересу.

Материал поступил 30.07.2019

ВИКТОР БУРЛАЧУК,

доктор социологических наук, ведущий научный сотрудник отдела социологии культуры и массовой коммуникации Института социологии НАН Украины, Киев

Политика как процедура истины



Бадью А. Похвала політиці (Бесіди з Од Ланслен).
Статті та виступи / пер. з фр. А.Рєпи. — Львів: Видавництво Анетти Антоненко; Київ: Ніка-Центр, 2019. — 224 с.

Перевод на украинский язык одной из последних работ выдающегося французского мыслителя Алена Бадью представляет собой значимое явление в интеллектуальной жизни современной Украины.

© В.Бурлачук, 2019