

# ПОДМОСКОВНАЯ ОЛИМПИАДА ШКОЛЬНИКОВ ПО ОБЩЕСТВОЗНАНИЮ

2021-2022 УЧЕБНЫЙ ГОД

МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ

9 класс

*Время на выполнение заданий – 60 минут.*

*Удачи!*

**Прочитайте текст и выполните задания к нему.**

1. Какое название получила теория Ричарда Петерсона? Укажите термин, зашифрованный под буквой А.
2. В чем заключается принципиальное различие между теориями Бурдьё и Петерсона? Приведите авторскую позицию.
3. Пьер Бурдьё предлагает рассматривать доступ к определенному культурному коду в качестве возможного основания социальной стратификации. Назовите другие, известные Вам статусные переменные (не менее четырех).
4. В каком случае культурная мобильность может быть делом индивидуального выбора? С чем может быть связано стремление конкретного индивида инвестировать в уровень собственного культурного потребления? Приведите точку зрения, изложенную в тексте.
5. Почему, по мнению автора, продавцы, работающие не в ритейле, демонстрируют один из самых высоких уровней культурного потребления?
6. Какие трудности для проведения репрезентативного социологического исследования по теме в России видит автор? Приведите авторские суждения.
7. С ростом популярности идей какого философского направления связывают обращение к теории Ч. Петерсона? Укажите термин, зашифрованный под буквой Б. Кто из известных Вам философов, является представителем указанного направления? Укажите не менее двух представителей.
8. Приведите не менее трёх источников данных, в которых приводится ограниченная информация о характеристиках потребителей, но практически неограниченная – о потреблении и вкусах. Приведенные Вами примеры должны отличаться от приведенных в тексте

Стратегия П. Бурдьё в исследованиях высокой культуры состояла в том, чтобы рассматривать приобщение к искусству как часть потребления, организованную так же, как потребление предметов роскоши или иных статусных символов. Приобщение к высокой культуре рассматривается людьми в качестве доказательства их принадлежности к желательной социальной категории; эстетический вкус у детей господствующего класса развивается как инструмент утверждения своего отличия. Социологическая теория эстетического восприятия П. Бурдьё наиболее полно изложена в его ранней работе по социологии музеев; в дальнейшем ее положения в конспективной форме повторялись им неоднократно, и нет оснований полагать, что она была им пересмотрена.

Эта теория строится вокруг понятия «кода»: П. Бурдьё предлагал рассматривать любое произведение искусства как зашифрованное послание, которое понятно только тому, кто владеет шифром, для всех остальных оно непрозрачно. Коды образуют естественную иерархию сложности в зависимости от того, как далеко они отстоят от тех схем восприятия, которыми руководствуются люди в повседневной жизни: рассматривание картин с точки зрения портретного сходства или признание занимательности сюжета соответствуют низшему уровню сложности, поиск символизма (как когда говорят «кошка означает сладострастие») – более высокому, но лучше всего – анализ с позиций решения некоторых художественных проблем, которые позволяют осуществлять распознавание стилей и индивидуальных манер как типичных подходов к их решению (о таком подходе будет сигнализировать комментарий вроде «здесь Тернер вновь отказывается от следования линейной перспективе, чтобы передать ощущение скорости»). Этому движению от простому к сложному соответствует, прежде всего, перенос акцента с содержания на способ исполнения и с объекта как законного предмета интереса в своих собственных правах на характеристики репрезентации в контексте других репрезентаций. Чтобы понять, почему данное полотно Ван Гога замечательно, необходимо поместить его в контекст живописных произведений его предшественников и современников, и только в этом случае оно обнаружит свою революционность. В этом смысле восприятие произведения искусства, кажется, везде представлялось П. Бурдьё классификаторской работой (способностью производить атрибуцию, проследить связи с тем, что было до и что было после): видеть каждое отдельное произведение и даже каждый его единичный элемент в качестве образчика своего класса в контексте всей истории живописи.

Всякое произведение объективно предполагает некоторую сложность кода, необходимого для прочтения. П. Бурдьё (по контрасту с постструктуралистскими авторами) придерживался той позиции, что произведение может быть успешно прочитано

лишь тем, кто владеет кодом, который был в него заложен при шифровании; всех остальных оно чрезвычайно эффективным образом отталкивает. Помимо абсолютной сложности, коды делятся по социальной доступности, а в совокупности и сложность, и доступность образуют иерархизированную топологию культурного пространства. Различаются (а) «естественные» коды, доступные каждому взрослому члену данного общества; (б) «школьные» коды, которые транслируются государственными образовательными учреждениями; (в) «продвинутые» коды, которые общедоступными образовательными программами не формируются и требуют самостоятельных инвестиций в овладение ими. Этим трем типам кодов и произведений приблизительно соответствуют области массовой, школьной и высокой культуры.

Овладение кодами возможно только в фиксированной последовательности: так, освоение школьных кодов является необходимым, но не достаточным условием овладения кодами, нужными для дешифровки высокой культуры. Кроме того, поскольку генерация продвинутых кодов в некоторой мере индивидуальна, они оставляют больше пространства для формирования индивидуального вкуса: у обладателей высокой компетенции должно наблюдаться больше уникальных предпочтений.

Культурные объекты – жанры, авторы, произведения – создают естественную иерархию в зависимости от того, во-первых, насколько сложным является код, который нужен для их прочтения, во-вторых, в какой мере потребление данного произведения предписывается разными институционализированными образовательными программами. Ниже всего находятся произведения массовой культуры, которые доступны каждому человеку (и даже навязываются рекламой) и от которых всякий может получать удовольствие. Выше стоят известные каждому человеку произведения школьной программы. Еще выше расположено «высокое искусство», особенно те его образцы, которые не растроганы коммерческой культурой (М. Грюневальд, а не И. Босх, Дж. де Кирико, а не С. Дали). На самом вершине размещены современные произведения, которые требуют особенно сложного «кода кодов», что делает их разновидностью самых высокостатусных благ. П. Бурдье настаивал на существовании гомологии «продвинутых» кодов, которые облегчают овладевшим авангардной живописью понимание авторского кино и высокой моды. Все эти области культурного потребления оказываются в зоне естественного притяжения друг к другу, и мы предполагаем, что потребление одних форм «высокого искусства» будет сопровождаться интересом к другим.

Любой человек в данный момент времени находится на определенном уровне эстетического развития, и каждому культурному уровню соответствует установленный

набор объектов для потребления. Тем, кто остался ниже, он еще недоступен, а тем, кто поднялся выше, уже не интересен. По теории П. Бурдьё, агенты (как класс, а не как индивиды) способны к стратегической манипуляции своими чувствами, и по отношению к той части потребляемого ими прежде искусства, которой овладевают нижестоящие, они легко развивают презрение как к чему-то вульгарному и примитивному. С этой точки зрения приобщение к высокой культуре превращается в вид спорта, похожего на альпинизм: есть те, кто осваивается с разреженным воздухом вершин и может беспрепятственно дышать им. Со временем для них только такая атмосфера становится пригодной для дыхания, как минимум потому, что они (в силу бессознательного стремления отличаться от других) развивают в себе презрение к «птицам низкого полета». Сноб, демонстративно потребляющий искусство, находящееся за пределами возможностей по дешифрованию для большинства оставшихся внизу, может рассчитывать на наибольший социальный выигрыш; для других недостаток «кислорода» представляет крайний дискомфорт, и к научившимся обходиться без него они испытывают боязливое почтение.

Центральной для П. Бурдьё была мысль о том, что, хотя владение сложными кодами воспринимается как индикатор наделенности исключительными способностями, в действительности оно указывает лишь на различия во владении семейными ресурсами. В семьях высшего класса предрасположенность к восприятию сложных кодов передается из поколения в поколение. Однако поскольку этот механизм открыт лишь для социолога, а не для среднестатистического «человека с улицы», потребление высокой культуры эффективно служит для социального исключения: в современном обществе большинство людей будут оскорблены тем, что при продвижении по службе им предпочли человека более высокого происхождения, но смирятся, если вместо них выберут кого-то более одаренного. В этом смысле за презрением покорителей культурных вершин ко всем, кто остался ниже, скрывается классовая стратегия отличия и легитимации: они с чистой совестью исключают из своих рядов людей, чуждых утонченности, сохраняя тем самым монополию своего круга на доминирующие позиции в различных сферах жизни.

Один из основных тезисов П. Бурдьё касался того, что фактором, облегчающим овладение школьной культурой, является родительское культурное потребление. Восприятие школьного кода само по себе должно быть подготовлено опытом соприкосновения с искусством; код поддается тому, кто хотя бы смутно ощущает, каким тот должен быть. Соответственно школьную программу в целом, особенно в такой области, как литература, с большими шансами способны освоить дети высококультурных родителей. Теория культурного воспроизводства настаивает на том, что мнимый

универсализм школьной программы в действительности означает утверждение наследственных привилегий; выигрыши от овладения социетальным престижем нужны только тем, для кого приобретение социокультурных компетенций является не слишком затратным предприятием. П. Бурдьё распространил этот тезис и на иные составляющие образовательной программы, утверждая, что все формы образовательных вознаграждений, а не только овладение курсом литературы и живописи, достаются носителям доминирующей культуры непропорционально.

Теория П. Бурдьё многократно проверялась в иных культурных. Эти тесты касались, однако, лишь некоторых ее положений: наиболее популярной мишенью была идея о воспроизводстве в системе формального образования. Причем возможность генерализации этого тезиса за пределами французского контекста вызвала значительную дискуссию. Выводы П. Бурдьё критиковались как на эмпирических, так и на концептуальных основаниях. Обличительный пафос теории культурного воспроизводства состоит в том, что школа вознаграждает, в общем-то, иррелевантные для задач обучения символы принадлежности к социальной элите. Однако то, что дети, которые много читают с родителями, закономерным образом преуспевают в курсе литературы, не может считаться доказательством того, что школьные институты поддерживают двойные стандарты. Школа поощряет семейное накопление вполне специфического человеческого, а не генерализованного культурного капитала.

Нас, однако, будет интересовать второе направление критики, которое касается представления П. Бурдьё о том, как именно культурное потребление превращается в социальные привилегии уже во взрослой жизни. П. Бурдьё, как и следующие за ним авторы, предполагал, что культурный капитал работает, поскольку близость к высокому искусству воспринимается как свидетельство обладания талантами и иными уникальными внутренними достоинствами. Здесь, тем не менее, возникает альтернативная модель, предполагающая, что имеет значение не спонтанное почтение, которое вселяет знакомство с высокой культурой, а естественная близость, возникающая из владения общими культурными ресурсами, причем неважно, какими. Эта модель была предложена в 1990-х гг. Р. Петерсоном и довольно разрозненной группой ученых, называющих себя его школой. Далее мы будем говорить о именно Р. Петерсоне, представляющем все направление. Если П. Бурдьё утверждал, что агенты преисполняются почтения к тому, кто владеет сложным кодом, то Р. Петерсон и его группа предлагали иную цепочку умозаключений, утверждая, что выбор определенного жанра или произведения понимается как проявление индивидуальности без отсылки к способностям или ресурсам. Совпадение подобных

выборов, в свою очередь, сигнализирует о межличностной близости: мы естественным образом притягиваемся к тем, с кем у нас есть общие темы для разговора, какие бы они ни были (балет или «Игра престолов»). Культурный капитал становится инструментом исключения не столько за счет прямого отторжения всех, кому его не хватает, сколько за счет избирательного включения, а основная граница проходит не между теми, кто потребляет высокую культуру, и теми, кто потребляет низкую, а между теми, кто потребляет различные виды культуры, и теми, кто потребляет единичные. В социологии этот тезис известен как тезис «культурной (А)». При развитии этой идеи Р. Петерсон опирался на данные о том, что потребители традиционной высокой культуры – например, оперы или балета – с большей, а не с меньшей вероятностью будут также интересоваться фолк-музыкой, вестернами или иными «невысокими» жанрами, а интерес к Г. Берлиозу не исключает прослушивания саундтреков Морриконе.

Следует уточнить, что «культурная (А)» не отрицает, что активным потребителям культуры приписываются исключительные способности. Но если для П. Бурдьё эти способности определяются абсолютной сложностью кода, то для Р. Петерсона об умственных качествах индивида свидетельствует не столько самый сложный код, которым он может овладеть (потому что неясно, какой из них самый сложный), сколько то, какое количество разных кодов он может использовать. Обыденная теория, развиваемая Р. Петерсоном, очевидным образом подпитывалась широкой популяризацией (Б) идей, которые, с одной стороны, поставили под сомнение объективное превосходство (хотя бы в уровне сложности) западной культуры, с другой, признали, что дешифровка не детерминирована жестко шифровкой, а потребитель необязательно ограничен тем кодом, который использовал создатель произведения. И если мы в данной ситуации встречаем притяжение между жанрами, оно, рассуждая логически, скорее, будет сводить вместе разные сегменты одного вида искусства, нежели гомологичные фрагменты разных видов. Скажем, от людей, покупающих и прослушивающих музыкальные записи, скорее можно ожидать, что они добавят еще один жанр в свой репертуар, но не начнут интересоваться живописью, поскольку живопись использует иные сети распространения и требует знакомства с иной инфраструктурой потребления, и, соответственно, переключиться на нее при прочих равных сложнее.

Это не означает, что Р. Петерсон и его коллеги отрицали действие механизмов классового исключения. Однако они предполагали, что ограничения на потребление того или иного искусства будут скорее экономическими (любое потребление требует инвестиций времени и денег), чем когнитивными. Классовые преимущества будут

сказываться, но лишь довольно опосредованно, в силу того, что представители высшего класса имеют больше экономических ресурсов (хотя не всегда больше времени). В этом отношении Р. Петерсон отличался от теорий полистилистичности, утверждавших, что в сфере культурного потребления прежде всего вознаграждается лояльность к одному из культурных племен или идентитарных групп, каждая из которых противопоставляет свой стиль жизни всем прочим.

Сравнивая свою модель культурной динамики с теорией П. Бурдьё, ДиМаджио назвал ее моделью «культурной мобильности», так как она подразумевала, что стратегии инвестиций в культурный капитал открыты для новых семей. Хотя родительская модель потребления может воспроизводиться, непонятно, почему высокий культурный капитал должен быть исключительно наследуемым свойством или почему ранние родительские инвестиции обязаны играть ключевую роль в индивидуальной биографии. Культурная мобильность может быть делом индивидуального выбора. Основная причина этого выбора кроется в том, что потенциальная отдача от культурного капитала определяется сферой занятости. Теория мобильности, изложенная в статье П. ДиМаджио и Дж. Мора, предполагает, что накопление культурного капитала является стратегической инвестицией, осуществляемой с учетом требований профессиональной ниши, которую занимает или предполагает занять индивид. Так, в одном исследовании самые высокие уровни культурного потребления обнаруживали представители независимых профессионалов (врачи и адвокаты), коммивояжеры и продавцы, работающие не в ритейле. Если первое интуитивно прогнозируемо с учетом уровня образования, то второе достаточно неожиданно. П. ДиМаджио и Дж. Мор объяснили это наблюдение тем, что именно данные две группы по характеру своей деятельности заняты установлением многочисленных контактов с разными аудиториями и заинтересованы в способности поддержать разговор и вызывать симпатию. Кроме того, опрос показал, что одними из самых активных потребителей среди школьников были дети владельцев небольших магазинчиков и иного приходящего в упадок низшего среднего класса, которые осознавали, что им придется искать для себя новую экономическую нишу.

Эмпирические исследования, последовавшие за дебатами между П. Бурдьё и теоретиками «культурной всеядности», в основном тестировали два положения: (1) между социальным классом и потреблением, с одной стороны, и вкусом, с другой, существует связь, (2) доминирующая модель потребления среди высших классов предполагает преобладание «всеядности» над потреблением исключительно высокой культуры. В целом, исследования за пределами Франции повсеместно продемонстрировали значимые, но не

слишком сильные корреляции между культурным потреблением и социальным классом со стабильным результатом: различия во всех переменных, с помощью которых характеризуется социальный статус (образование, занятие), объясняли порядка 5–10% дисперсии в культурном потреблении.

В отношении распределения вкусов анализ опросов за пределами Франции содержал свидетельства, скорее, в пользу модели «культурной всеядности». Так, в одном из самых масштабных исследований в Великобритании карта, построенная с помощью анализа корреспонденций, отразила принципиальное измерение, противопоставлявшее активных и пассивных потребителей. Второе измерение (не вполне предсказуемое, исходя из любой из наличных теорий) противопоставило младшие и старшие когорты. В то время как старшие и активные выдавали самые высокие показатели по французским ресторанам и опере, младшие и активные предпочитали тайские рестораны и электронную музыку; контраст между ними был, однако, гораздо менее отчетлив, чем между обеими категориями активных потребителей – с одной стороны, и пассивными потребителями – с другой. Пассивные потребители прежде всего отличались локальностью и однообразностью своего досуга: младшие проводили все время за телевизором и компьютерными играми, старшие – за телевизором и в локальном пабе. Насколько нам известно, за единственным исключением, подобное сравнение в России после 1991 г. не осуществлялось. Этим исключением было исследование Джейн Зависка, в котором ставилась задача изучения организации культурных границ в постсоветский период. Однако ее анализ опирался на весьма ограниченный материал (чтение книг основных жанров жителями российского провинциального города). Основным выводом стало признание существования пяти жанровых наборов (один из которых подразумевал полное отсутствие чтения), отличавшиеся социально-демографическим профилем тех, кто эти наборы предпочитал. Дж. Зависка довольно произвольно соотнесла один из таких наборов, объединявший все жанры, с «(А)», а другой (история, мемуары и биографии, поэзия, классическая литература), – с «высоколобым» вкусом. Однако выводом исследования было то, что оба набора в младших когортах уступают место более ограниченному набору, состоящему из фантастики и детективов или женских романов. В этом смысле заявленный вывод – распространение «всеядности» – выглядит, скорее, неубедительно на фоне данных, свидетельствующих об отступлении «всеядности» под напором гендерно-окрашенных жанровых вкусов. Так или иначе, из-за сложностей в соотнесении целых жанров с «высокой культурой» (являются ли «историческая литература» или «книжки по дому» высоким или низким жанром?) сказать что-либо конкретное об организации границ на основании исследований Зависка мы не можем.

Если за последние два десятилетия сама проблема стала вполне традиционной, выбранный нами подход к ее решению представляется более оригинальным. Наиболее распространенной стратегией в этой области исследований до сих пор являлся (используя образование и занятие как характеристики классовой принадлежности) анализ коэффициентов регрессии по отношению к количеству и специфике потребляемых жанров. Тем не менее, несмотря на очевидные преимущества, этот подход имеет некоторые ограничения. Применяя его в российском контексте, мы столкнулись бы с полной неясностью в отношении связей между профессией, образованием и классовой структурой. Неясно как то, какие классы в России существуют, так и то, кто к какому классу принадлежит. Если участковые врачи слушают классическую музыку, а офицеры полиции – нет, то можно ли это трактовать как свидетельство выстраивания статусных границ, и если да, то с какой стороны – кто из них стоит выше, а кто – ниже? Даже найдя связь с профессиональными категориями, мы не могли бы интерпретировать ее как проявление классового исключения или селективной инклюзии, пока не появилась безотказно работающая в России стратификационная схема.

К счастью, поиск связей со стратификационными характеристиками является лишь одной из возможных стратегий сравнения теорий культурного потребления. Строго придерживаясь ее, мы выводим из оборота, возможно, самый богатый источник данных – всевозможные электронные базы, в которых, как правило, есть лишь предельно ограниченная информация о характеристиках пользователей, но практически неограниченная – о потреблении и вкусах. Примерами таких баз могут служить, например, рецензии на сайтах типа «КиноПоиск» (с самой разной аудиторией критиков), данные о циркуляции книг по библиотечному абонементу, любимая музыка в социальных сетях и тому подобное.

*М.М. Соколов, М.А. Сафонова, Г.А. Чернецкая*