УДК:316.774:654.1 DOI:10.12737/22400

Бобылева Наталия Юрьевна, студент, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Орловский филиал (Российская Федерация, г. Орёл), e-mail: nataliya.bobyleva24@yandex.ru

СПЕЦИФИКА СОЦИАЛЬНОЙ СТРУКТУРЫ МАСС-МЕДИА В СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ КОНЦЕПЦИИ П. БУРДЬЕ

Статья посвящена исследованию специфики социальной структуры масс-медиа в социологической концепции французского социолога Пьера Бурдье. Актуальность исследования обусловлена следующим: труды П. Бурдье соединяют в себе теорию и эксперимент, социальную критику и социальную науку; идеи и методы исследования П. Бурдье оказали значительное влияние на социологическую науку во многих странах; общая теория полей П. Бурдье, концептуальная схема социоанализа применима к анализу российских реалий — к полю средств массовой информации, к полю журналистики. Выявлено, что существование журналистского микрокосма подчинено собственным правилам, определено позицией по отношению к окружающему миру, отношениями притяжения и отталкивания с другими микрокосмами. Особую роль в нем играет «совокупность объективных силовых отношений, составляющих структуру поля» (доля рынка, уровень доверия, известность ведущих журналистов). Установлено, что масс-медиа в современном обществе — основной источник информации, их значимость в аспекте смыслообразования и структурирования социального пространства весьма существенна.

Ключевые слова: масс-медиа, концепция Пьера Бурдье, поле, габитус, капитал, социальное пространство, поле журналистики, символический капитал, социологический анализ, социальная структура масс-медиа.

BOBYLYOVA N.Y., Student of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Orel branch (Russian Federation, Orel), e-mail: nataliya.bobyleva24@yandex.ru

SPECIFICS OF SOCIAL STRUCTURE OF MASS MEDIA IN THE SOCIOLOGICAL CONCEPT OF P. BOURDIEU

The article is devoted to the research of specifics of social structure of mass media in the sociological concept of the French sociologist Pierre Bourdieu. The relevance of the research is caused by the following: P. Bourdieu's works unite the theory and experiment, social criticism and social science; ideas and methods of research of P. Bourdieu have had a considerable impact on sociological science in many countries; the general theory of fields of P. Bourdieu, the conceptual scheme of a socioanalysis is applicable to the analysis of the Russian realities — to the field of mass media, to the field of journalism. It is revealed that existence of journalistic microcosm is subordinated to own rules; it is determined by a line item in relation to the world around, the relations of attracting and pushing with other microcosms. "A set of the objective power relations constituting structure of the field" playsa special role (a market share, a level of credibility, popularity of the leading journalists). It is established that mass media in the modern society — the main source of information, its importance in aspect of meaning formation and structuring social space is very essential.

Keywords: mass media, Pierre Bourdieu's concept, field, habit, equity, social space, field of journalism, symbolical equity, sociological analysis, social structure of mass media.

В основу данной статьи легли труды известного французского социолога Пьера Бурдье. В центре внимания — книга П. Бурдье «О телевидении и журналистике», содержащая отредактированные автором тексты его выступлений «О телевидении», «Власть журналистики», «Поле политики, поле социальных наук, поле журналистики», «Олимпийские игры. Программа анализа», «Журналистика и политика».

Актуальность исследования специфики социальной структуры масс-медиа в социологической концепции П. Бурдье детерминирована следующими факторами:

— труды П. Бурдье органически соединяют в себе теорию и эксперимент, социальную критику и социальную науку;

— идеи и методы исследования этого крупнейшего современного социолога оказали значительное влияние на социологическую науку как во Франции, так и во многих других странах, в том числе и в России;

— общая теория полей П. Бурдье, концептуальная схема социоанализа вполне применимы к анализу российских реалий — к полю средств массовой информации, к полю журналистики, к полю экономики, к полю политики.

Ключевыми в концепции П. Бурдье являются такие понятия, как «поле», «габитус» и «капитал». Поле представляет собой исторически сложившееся пространство игры со своими интересами, целями, ставками, законами функционирования. Оно отражает функциональную дифференциацию общества на относительно замкнутые сферы практики: экономику, культуру, политику, религию. Обладание ресурсами (капиталом), имеющими здесь ценность, позволяет делать инвестиции, получать с них прибыль, а также придает владельцу этих ресурсов (капитала) силу и власть и позволяет занять определенную позицию. Кроме того, поле также представляет собой сеть или конфигурацию объективных связей между позициями[1]. В социальном пространстве, включающем множество социальных полей (экономическое, культурное, политическое, научное, информационное, образовательное) наблюдается не только перемещение различных агентов (социальных акторов), но и их борьба, противостояние[2]. С точки зрения П. Бурдье, «социальное пространство», его «поля» и «группы» конструируются «габитусами», поведенческими привычками. Габитус, по определению П. Бурдье, –это система предпочтений и предрасположенностей, отражающих историю ее формирования и существования в социальном поле: «Вследствие того, что различные условия существования порождают различные габитусы… практики, порожденные различными габитусами, предстают как организованные конфигурации свойств, выражающих различия, которые объективно вписаны в условия существования в виде схем дифференциальных рассуждений»[3].

Капитал, по П. Бурдье, подразделяется на следующие виды:

1) культурный капитал — ресурсы, имеющие культурную природу (образовательный и культурный уровень индивида; авторитет учебного заведения; востребованность аттестатов и дипломов учебного заведения на рынке труда);

2) экономический капитал — экономические ресурсы, которые могут быть задействованы агентом (финансовые средства, средства производства, товары);

3) политический капитал — инкорпорированная способность к мобилизации коллективных действий и участию в данных действиях; способность человека к представлению интересов других агентов, индивидов, групп, делегирующих ему право на представительство своих интересов; наличие политического капитала может

[1]Бурдье П. О телевидении и журналистике / П. Бурдье; пер. с фр. Т.В. Анисимовой и Ю.В. Марковой; отв. ред. и предисл. Н.А. Шматко. – М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии, 2002. – С. 10.

[2]Иванов О.И. Социальное пространство как объект научного изучения и управляемой трансформации / О.И. Иванов // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2013. – С. 52.

[3]Бурдье П. Различение: социальная критика суждения. / П. Бурдье // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики / Сост. и науч. ред. В.В. Радаев; пер. М.С. Добряковой и др. – М.: РОССПЭН, 2004. – С. 539.

означать также незаконное присвоение права говорить и действовать от имени других агентов, в том числе выступать от их имени с целью воплощения каких-либо своих замыслов;

4) символический капитал — авторитет, престиж, репутация, имя, популярность, узнаваемость.

Для масс-медиа важным специфическим капиталом является «капитал известности и признания того или иного издания, программы или журналиста как авторитетного профессионального, объективного, честного»[1], который П. Бурдье называет символическим капиталом. За обладание данным видом капитала разворачивается борьба. Утратить символический капитал, по мнению П. Бурдье, означает утратить свою индивидуальность и отличие от других, раствориться в тождестве. Но иерархию позиций детерминирует не только символический капитал, а все виды капитала в совокупности. Следует отметить, что все виды капитала могут конвертироваться друг в друга. Капитал является структурообразующим фактором социальной системы, причем объем и структуру капитала можно определить эмпирическим путем.

П. Бурдье, основываясь на своей теории «полей» (относительно самостоятельных социальных пространств) и неэкономических капиталов (политического, культурного и символического ресурсов), пытается проанализировать социальную структуру медиа. П. Бурдье безжалостно критикует масс-медиа, выявляя причины их негативного влияния на общество: отсутствие связной речи; жесткая политическая и экономическая цензура; излишняя драматизация событий; в погоне за сенсацией — единообразие и банализация; отказ телевидения от продвижения серьезных культурных ценностей в пользу потакания вкусам широкой публики.

Согласно концепции П. Бурдье, журналистский мир — микрокосм, существование которого подчинено собственным правилам, определено позицией по отношению к окружающему миру, отношениями притяжения и отталкивания с другими микрокосмами. Особую роль в нем играет «совокупность объективных силовых отношений, составляющих структуру поля» (доля рынка, уровень доверия, известность ведущих журналистов). Журналистский мир — поле, которое через посредство рейтингового механизма находится под властью поля экономического, которое, в свою очередь, оказывает сильное давление на все другие поля (эффект коммерциализации).

Таким образом, масс-медиа в современном обществе являются основным источником информации, поэтому их значимость в аспекте смыслообразования и структурирования социального пространства весьма существенна. Истинный журналист, посвятивший себя социальному служению, должен руководствоваться пониманием общественного блага и работать, в первую очередь для широкой общественности, защищая интересы своей аудитории перед государственной машиной и корыстью бизнеса. Консолидация усилий журналистского сообщества, органов государственной власти, а также общественных объединений в создании безопасного информационного пространства и недопущении распространения негативной информации становится необходимым условием для дальнейшего гармоничного развития всех социальных институтов и каждой личности.

Библиография:

1.Бурдье П. О телевидении и журналистике / Пер. с фр. Т.В. Анисимовой и Ю.В. Марковой; отв. ред. и предисл. Н.А. Шматко. – М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии, 2002. – 150 с.

2.Бурдье П. Различение: социальная критика суждения // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики. / Сост. и науч. ред. В.В. Радаев; пер. М.С. Добряковой и др. – М.: РОССПЭН, 2004. – С. 537–568.

[1]Бурдье П. О телевидении и журналистике / П. Бурдье; пер. с фр. Т.В. Анисимовой и Ю.В. Марковой; отв. ред. и предисл. Н.А. Шматко. – М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии, 2002. – С. 11.

3.Иванов О.И. Социальное пространство как объект научного изучения и управляемой трансформации // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2013. – С. 49–64.

References:

1.Burd'e P. (2002) O televidenii i zhurnalistike[About television and journalism]. / P. Burd'e; per. s fr. T.V. Anisimovoi i Iu.V. Markovoi; otv. red. i predisl. N.A. Shmatko. – M.: Fond nauchnykh issledovanii «Pragmatika kul'tury», Institut eksperimental'noi sotsiologii – 150 s. (In Russ.)

2.Burd'e P. (2004) Razlichenie: sotsial'naia kritika suzhdeniia [Distinction: social criticism of judgment]. / P. Burd'e. // Zapadnaia ekonomicheskaia sotsiologiia: Khrestomatiia sovremennoi klassiki. / Sost. i nauch. red. V.V. Radaev; per. M.S. Dobriakovoi i dr. – M.: ROSSPEN – S. 537–568. (In Russ.)

3.Ivanov O.I. (2013) Sotsial'noe prostranstvo kak ob"ekt nauchnogo izucheniia i upravliaemoi transformatsii [Social space as object of scientific studying and the operated transformation]. / O.I. Ivanov. // Zhurnal sotsiologii i sotsial'noi antropologii. – S. 49–64. (In Russ.)