

Ступаченко Р. В.

**СТАВКИ И ГАБИТУС В ПОЛЕ ПРОИЗВОДСТВА ТЕЛЕНОВОСТЕЙ (ОПЫТ
ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО АНАЛИЗА В КАТЕГОРИЯХ П. БУРДЬЕ)**

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2009/4-2/52.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2009. № 4 (23): в 2-х ч. Ч. II. С. 150-154. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2009/4-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

ство образования во многом определяет в последующей жизни человека его способность к самореализации, а значит успешность, благополучие. Возможность вуза дать качественное профессиональное образование, подготовить специалистов, способных адекватно конкурировать на рынке труда, становится одним из главных критериев, определяющих в свою очередь конкурентоспособность самого вуза среди других учебных заведений.

Список литературы

- Игошев, Б. М.** Организационно-педагогическая система подготовки профессионально мобильных специалистов в педагогическом университете: Монография / Б. М. Игошев. – М.: Гуманитар. изд. центр «ВЛАДОС», 2008. – 201 с.
- Горюнова, Л. В.** Профессиональная мобильность специалиста как проблема развивающегося образования России: Автореф. дис. ... д-ра пед. наук / Л. В. Горюнова. – Ростов н/Д, 2006. – 44 с.
- Калиновский, Ю. И.** Развитие социально-профессиональной мобильности андропога в контексте социокультурной образовательной политики региона: Дис. ... д-ра пед. наук / Ю. И. Калиновский. – СПб., 2001. – 470 с.
- Неделько, Е. Г.** Формирование мотивационной готовности к профессиональной мобильности у студентов вуза: Автореф. дис. ... канд. пед. наук / Е. Г. Неделько. – Магнитогорск, 2007. – 18 с.
- Сидорова, Н. В.** Роль инновационного развития высшей школы в профессиональной мобильности молодежи: Автореф. дис. ... канд. пед. наук / Н. В. Сидорова. – Иркутск, 2006. – 24 с.
- Шуткина, Ж. А.** Педагогические условия формирования конкурентоспособности выпускника негосударственного вуза / Ж. А. Шуткина // Образование и саморазвитие. – Казань, 2007. – № 5. – С. 108–112.
- Сорокин, П. А.** Человек. Цивилизация. Общество / П. А. Сорокин / Пер. с англ. – М.: Политиздат, 1992. – 543 с.

СТАВКИ И ГАБИТУС В ПОЛЕ ПРОИЗВОДСТВА ТЕЛЕНОВОСТЕЙ (ОПЫТ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО АНАЛИЗА В КАТЕГОРИЯХ П. БУРДЬЕ)

Ступаченко Р. В.

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Институциональный анализ СМИ имеет широкую научную базу, основу которой составляет развитая методология исследования социальных институтов, опирающаяся на классическую структурно-функциональную трактовку этого понятия, восходящую к определению Н. Смелзера. Согласно этому определению под социальным институтом понимается «совокупность ролей и статусов, предназначенных для удовлетворения определенной социальной потребности»¹. Принятое в современной отечественной социологии понимание социального института включает, наряду с этим стержневым определением, систему представлений о социальном институте как «исторически сложившейся, устойчивой форме организации совместной деятельности, регулируемой нормами, традициями, обычаями и направленной на удовлетворение фундаментальных потребностей общества»².

В рамках единой институциональной структуры СМИ производство теленовостей выступает как компонент этой структуры, как сумма институционально оформленных профессиональных интеракций. Насколько эта система специфична на фоне других компонентов институциональной структуры СМИ, может ли она рассматриваться как относительно самостоятельная институциональная подструктура этой структуры?

Для того, чтобы ответить на эти вопросы, необходимо рассмотреть институциональную структуру производства теленовостей как в аспекте его отношений с другими, внешними по отношению к нему институциональными структурами, так и в аспекте его внутренней институциональной организации, определяющей систему взаимоотношений между агентами.

В данной статье мы ограничимся вторым из указанных двух аспектов, сделав предметом анализа отношения между агентами внутри институциональной структуры производства новостей. В качестве методологической основы этого анализа используется подход структуралистского конструктивизма П. Бурдьё и разработанный им понятийный инструментарий. Беря на вооружение введенные П. Бурдьё понятия поля, габитуса, капитала, мы используем концепт «поле» для описания системы отношений в рамках профессионального сообщества тележурналистов, занимающихся производством теленовостей.

Такое использование данного концепта вполне оправдано в рамках подхода, разработанного П. Бурдьё, согласно которому поле – это «пространство, в котором находятся агенты и институты, производящие, воспроизводящие и распространяющие искусство, литературу или науку (если мы говорим о поле искусства, литературы или научном поле)»³. Поле является местом действий и противодействий, совершаемых агентами, и в этом смысле оно «есть место сил, внутри которого агенты занимают позиции, статистически определяющие их взгляды на это поле и их практики, направленные на сохранение, либо на изменение этой струк-

¹ Смелзер Н. Социология. – М.: Феникс, 1994. – С. 79.

² См.: Добренков В. И., Кравченко А. И. Социология: В 3 т. – М.: ИНФРА-М, 2000. – Т. 3: Социальные институты и процессы. – С. 503.

³ Бурдьё П. Клиническая социология - поле науки // Социоанализ Пьера Бурдьё. – М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алтея, 2001. – С. 58.

туры силовых отношений, производящих это поле»¹. В эссе «О телевидении» П. Бурдые определяет поле как «структурированное социальное пространство: поле сил (в котором присутствуют господствующие и подчиненные, связанные постоянными отношениями неравенства), но в то же время *поле борьбы* за изменение или сохранение данного поля сил»². Понятие поля помогает выявить те основные структурные характеристики социального феномена, описывающие его институциональную природу.

Устойчивые диспозиции, характеризующие структуру поля и усваиваемые агентами по мере обретения ими опыта действия в соответствующем поле, определяют границы свободы совершаемых этими агентами действий. Тот факт, что эти диспозиции выступают по отношению к агентам в роли правил, дает основание говорить об их конвенциональной природе. Тем не менее, их природа объективна. Эта объективность проявляется в принудительном характере совершаемых под воздействием этих диспозиций действий. Иными словами, находясь в поле, агенты не могут действовать вопреки существующим в нем диспозициям, не могут не подчиняться задаваемым ими правилам. Осваивая эти диспозиции, они приобретают определенные представления о правилах игры, ставках, позициях и т.д.

В то же время, несмотря на вынуждающее воздействие постоянных диспозиций поля, агенты способны своей деятельностью в определенной степени влиять на эти диспозиции, а через них, в конечном счете, и на структуру поля. Иными словами, действуя в поле согласно частично предустановленным направлениям, агенты вместе с тем пользуются и некоторой мерой свободы.

При этом возможность влияния на диспозиции поля и, соответственно, степень свободы действия в поле, как правило, зависит от статусной позиции агента в этом поле. Среди агентов любого поля можно выделить опытных участников и новичков, которые отличаются друг от друга степенью освоения диспозиций соответствующего поля.

При этом конкретные механизмы освоения поля, как и особенности взаимоотношений между опытными участниками и новичками поля специфичны для каждого конкретного поля. Именно они во многом (хотя и не целиком) определяют структурные особенности, задающие особенности поля, его отличия от других полей.

Таким образом, выявление правил вхождение нового агента в поле, как и правила, определяющие взаимоотношения новичков и «старожил» составляют одну из основных задач институционального анализа конкретного поля.

Прежде чем приступить непосредственно к исследованию правил вхождения в поле производства теле новостей, необходимо отметить одну принципиально важную структурную особенность этого поля – его структурную дискретность: вся деятельность по производству теле новостей организована в рамках отдельных институциональных структур – телекомпаний, представленных телеканалами. Институциональная отделенность этих структур друг от друга выражается не только в их юридической, экономической, технической, пространственной, но и, главным образом, «кадровой» автономности. В отличие от других сфер журналистики (в первую очередь, печатных СМИ), журналисты, занятые в производстве теле новостей, как правило, «привязаны» к одному определенному телеканалу и не занимаются «совместительством».

Указанная особенность для своего выявления не требует применения специальных аналитических процедур, она, образно выражаясь, «лежит на поверхности», то есть открывается уже при самом поверхностном наблюдении за исследуемым полем. В то же время учет этой особенности составляет важное условие анализа институциональной структуры производства новостей, предопределяя важную методологическую установку, которая заключается в выборе предметной сферы анализа. Исходя из указанной особенности, эта сфера должна быть ограничена определенным телеканалом, поскольку практически все основные отношения между агентами, выражающие специфику внутренней институциональной структуры производства теле новостей, разворачиваются в рамках одного телеканала.

В нашем исследовании мы ограничили предмет анализа производством новостей на канале «Рен ТВ» в период с 1997 по 2006 г. (тогда канал назывался «REN TV»). В основу этого выбора легли следующие соображения.

Компанией «Ren TV» была основана Иреной и Дмитрием Лесневскими осенью 1991 г. как независимая производящая компания. С 1 января 1997 г. компания открыла вещание на 49-м дециметровом канале REN TV, который впоследствии стал независимым каналом с федеральным охватом. В 2006 г. Лесневские продали свои акции немецкой компании RTL Group, генеральным директором РЕН ТВ стал Александр Орджоникидзе. Наряду с RTL Group совладельцами РЕН ТВ были «Северсталь-групп» (35%) и «Сургутнефтегаз» (35%). В сентябре 2006 г. был осуществлен ребрендинг телеканала, он стал называться «РЕН ТВ». В конце 2006 г. в число акционеров телеканала вошла инвестиционная компания «Аброс», которая впоследствии получила контрольный пакет акций. В настоящее время телеканал РЕН ТВ, наряду с ТРК «Петербург-Пятый канал», газетой «Известия», издательским домом «Ньюс Медиа» (газеты «Твой день» и «Жизнь за всю неделю») и рядом других СМИ, входит в состав холдинга «Национальная Медиа Групп».

В рамках нашего исследования интерес представляет главным образом деятельность телеканала в тот период, когда он принадлежал частной медиакомпания и мог проводить полностью независимую редакцион-

¹ Бурдые П. О телевидении и журналистике / Пер. с фр. Т. Анисимовой, Ю. Марковой; отв. ред., предисл. Н. Шматко. - М.: Фонд научных исследований "Прагматика культуры", Институт экспериментальной социологии, 2002. - С. 81.

² Бурдые П. О телевидении и журналистике / Пер. с фр. Т. Анисимовой, Ю. Марковой; отв. ред., предисл. Н. Шматко. - М.: Фонд научных исследований "Прагматика культуры", Институт экспериментальной социологии, 2002. - С. 57.

ную политику, то есть, как уже сказано, в период с 1997 по 1996 г. В этот период канал, как уже сказано, назывался REN TV и представлял собой один из крупнейших частных федеральных каналов в России, ориентирующийся главным на молодого и среднего возраста работающего горожанина (от 18 до 45 лет), но фактически охватывающий и более широкие демографические и социальные слои зрительской аудитории, приверженные семейным ценностям. Располагая собственной мощной производственной базой, канал строил вещание на программах собственного производства. Производство новостей было представлено главным образом Программой «24» с ведущей Ольгой Романовой, позднее возникла информационно-аналитическая программа «Неделя» с Марианной Максимовской.

В качестве метода исследования вхождения в поле производства теленовостей на канале REN TV применялся метод глубинного интервью. В роли респондентов выступали репортеры канала REN TV, занимающиеся подготовкой репортажей для новостных программ. Всего было проинтервьюировано 14 человек.

Анализ полученных интервью проводился в категориях габитуса и капитала. Это две важнейшие категории в модели социальной реальности П. Бурдьё. Обычно они рассматриваются независимо друг от друга: капитал, как правило, соотносится с полем, определяя позицию агента в социальном пространстве, степень свободы действия в этом пространстве и возможности воздействия на него. Габитус обычно фигурирует в контексте описания определенных практик, их порождения и усвоения индивидом.

Однако, рассматривая габитус и капитал в аспекте вхождения агента в поле, нельзя не признать тесную взаимосвязь этих категорий. Если капитал представляет собой ресурс, конституирующий позицию агента в системе задаваемых полем социальных отношений и возможность его участия в тех или иных практиках, то габитус, определяя содержание практик, как тех, которые индивиду предстоит освоить в поле, так и уже освоенных, по сути, представляет собой «оборотную сторону» капитала. С одной стороны, наличие капитала является необходимым условием овладения агентом суммой практик, определяющих содержание поля, с другой стороны, приобретение капитала осуществляется не иначе как посредством конструирования габитуса. Ведь габитус – это, согласно определению П. Бурдьё, «система прочных приобретенных предрасположенностей (диспозиций)», процесс его конструирования описывается через понятие траектории опыта.

Таким образом, габитус выступает как порождающая практика, объясняющая классифицируемые практики и их результаты и тем самым преобразующая эти практики в описывающую их символическую систему. Габитус задает тот символический код, овладевая которым индивид получает возможность ориентироваться в поле и составляющих его практиках. И если, согласно П. Бурдьё, восприятие -- это «форма культурной дешифровки», которая распределена в обществе неравномерно, и наиболее важные статусные позиции, как и способность выполнять наиболее сложные задания принадлежат тем, кто овладел необходимыми кодами, то понятно, габитус, воспринимаемый агентом, играет не только ограничивающую роль, «отсекая» какие-то возможности, предопределяя систему оценок и отношений, но и, напротив, открывает для агента возможности как действия в рамках уже освоенных практик, так и освоения новых практик. И в этом смысле габитус, по сути, выступает в роли капитала.

Однако нам представляется, что способность габитуса выступать в роли капитала неодинакова у разных полей. Степень выраженности этой способности напрямую зависит от свойств поля. Отсюда вытекает важное различие, которое можно эффективно использовать при описании полей. Введем понятие «внутренней капитализации» габитуса. Под ним будем понимать возможность использования габитуса в качестве капитала в поле, или, иначе говоря, зависимость возможностей повышения статусной позиции агента в поле от овладения ими практиками данного поля.

На одном полюсе находятся поля с низкой «капитализацией» габитуса. Основными факторами повышения статусной позиции в таких полях является капитал, приобретенный вне поля (в том числе образование, деньги, культурный уровень, коммуникативная компетентность, связи, природные задатки, внешность и др.).

Противоположный полюс – это поля с высокой «капитализацией», для которых основным фактором повышения статусной позиции в поле является овладение специфическим габитусом поля. Это поля, устроенные по «щеховому» принципу. Как правило, вхождение в подобный «щех» не требует наличия значительного капитала «внешнего» происхождения. Нередко уже на этом этапе играют роль факторы капитала, связанные непосредственно с данным полем (связи, знакомства непосредственно с агентами поля, либо рекомендации от людей, тесно связанных с ними). В дальнейшем же успех агента в поле определяется главным образом успешностью его предшествующей деятельности в этом поле, успешностью освоения им габитуса данного поля. Так происходит «конвертация» габитуса в капитал, но капитал специфический, применимый главным образом в данном поле.

Интересно проследить соотношение уровня капитализации габитуса с характером ставок поля. Уже априорно можно предположить, что «щеховое» устройство поля с характерным для него высоким уровнем внутренней капитализации габитуса предполагает низкую конвертируемость ставок данного поля в ценности, признаваемые вне этого поля. В противном случае внешнее давление на поле неизбежно приводило бы к снижению внутренней капитализации. И это понятно: если ставки, зарабатываемые в поле, являются предметом высокой заинтересованности людей вне поля, то высоко и стремление этих «внешних» людей войти в поле и использовать весь имеющийся в их распоряжении капитал (в первую очередь, неспецифический) для продвижения в данном поле.

Основные результаты анализа интервью с репортерами канала REN TV подтверждают эти теоретические

положения.

1. Факторы капитала, значимые для вхождения в поле производства теленовостей:

- достаточно высокий общий культурный уровень семьи происхождения. 11 из 14 респондентов (78%) – выходцы из интеллигентных семей (оба родителя – специалисты с высшим образованием), родители достаточно внимание уделяли образованию ребенка («... *игра на пианино – родительская была инициатива, да. О чем я страстно сожалела в детстве, но не жалею нисколько сейчас...*»);

- качество начального образования: 9 из 14 человек (64%) помимо общеобразовательной школы учились в различных школах-студиях, либо окончили специализированную школу с углубленным изучением определенных предметов («*Школа была специализированная, первые пять классов обычные, а потом была специализированная гимназия с углубленным изучением гуманитарных наук... Латынь, искусство и т.д.*»; «*Специализации там не было, но если человек, например, мечтал стать искусствоведом, то он мог получить знания в объеме больше чем в университете. В чем я в последствии и убедилась*»);

- способности, талант («*Надо уметь говорить, писать, обладать актерскими способностями...*»; «*...привыкнуть невозможно, если ты не умеешь писать*»; «*Кто-то ... писатель по природе, а кто-то научился просто*»; «*Есть ремесло, которому легко обучить ... легко или нелегко, но можно обучить. Но в случае, если ему от природы не дано ... писать как Лев Толстой, то он не научится писать как Лев Толстой. Если у него есть вот эта способность писать, от природы есть, то его можно направить в нужное русло: сказать, что в этом жанре так делается, а так не делается... Человек, обладающий этой способностью от природы, может научиться. Но если у него этой способности нет, он не научится*»);

- молодость (все респонденты – люди в возрасте от 24 до 31 года, возраст их вхождения в поле производства теленовостей - от 19 до 26 лет).

Что касается денежного капитала, то условием вхождения в поле производства теленовостей является скорее его отсутствие, чем наличие. Более трети интервьюируемых признались, что впервые «попробовать себя» в этой сфере деятельности их заставила необходимость дополнительного заработка в период учебы. Лишь пятеро из 14 респондентов – уроженцы Москвы, остальные прибыли в столицу из других городов России (как правило, после окончания школы, на учебу).

Таким образом, необходимым и достаточным условием вхождения в исследуемое поле является принадлежность к определенному социально-демографическому слою. Средний претендент на вхождение в это поле – молодой человек (девушка) из небогатой интеллигентной семьи, с высшим или неоконченным высшим (как правило, гуманитарным) образованием, не москвич.

2. Определенное значение (но не решающее) имеет такой фактор капитала, как осведомленность о существовании поля, наличие общих знакомых и т.д. Чуть более половины респондентов (8 из 14) попали на канал REN TV по рекомендации знакомых, причем рекомендация носила чисто информационный характер, не была связана с использованием какого-либо другого вида капитала (влияния, денег и др): «... *знакомые привели попробовать... Нет, не знакомые моих родителей... мои личные знакомые... Это не тот случай, когда лохматая лапа приводит...*»).

3. Исследование характера ставок в поле производства теленовостей демонстрирует высокую степень их диверсификации в отношении внешней конвертируемости. С одной стороны, существует реальная возможность в этом поле заработать ставки, конвертируемые в факторы неспецифического (внешнего) капитала (популярность, деньги, полезные связи в мире бизнеса и среди высших государственных чиновников, другие полезные знакомства, возможность сделать карьеру в качестве менеджера, стать топ-менеджером, войти в высший класс общества и т.д.). С другой стороны, для большинства агентов поля такого рода ставки не являются привлекательными. («*Карьерный рост предусматривает только редакторскую работу, а если человек по натуре писатель, то его это не удовлетворяет...*»; «*Для человека пишущего единственный вариант карьеры – сделать собственную авторскую программу ... но это предполагает, что человек в кадре появляется... В каком-то возраст это желание исчезает...*»; «*Есть люди, которые любят себя в телевизиде, а есть телевидение в себе. ... Мне не интересно ... сидеть в кадре, играть лицом и продавать себя... мне кажется, что в этом абсолютно нет ничего творческого, никакого драйва... »).*

Их привлекают ставки совсем иного рода, не конвертируемые или слабо конвертируемые во внешний капитал. Это, в первую очередь, профессионализм, высокий уровень овладения мастерством тележурналиста, что может быть по достоинству оценено только со стороны столь же компетентных коллег (на определенном этапе «... *происходит перевоплощение... становятся журналистами. Которым доверяют... Набирается критическая масса. Ему предлагают тему, он ездит по этой теме, если он делает репортаж, и все говорят «Ах!», то он становится журналистом*»; «*Сперва – делают серые безликие материалы, но не придерживаясь с точки зрения профессионализма, потом что-то происходит, люди начинают писать...*»; «*Журналистика – владение ремеслом. А что сверх того – это, наверное, талант...*»). Кроме того, ставками являются более высокий уровень свободы в выборе заданий: более опытный и компетентный репортер может профессионально обосновать нецелесообразность назначения (например, сюжет сам по себе интересный, но не «смотрибельный», бесперспективный в качестве телесюжета), и его мнение будет принято руководством; он располагает большей свободой в выборе заданий, подбор операторов, может рассчитывать на более интересные задания, отказываться от «заказных» репортажей («*Потому что у меня есть своя репутация, которую я заработал кровью и потом, когда меня попытались как то раз отправить на такую же фигню, да. Я зашел к зам главного и сказал, что у тебя есть молодые мальчики, стажеры, которые вообще не*

знают, что такое телевидение. Вот их и посылайте»).

Перечисленные результаты подтверждают выдвинутую теоретическую гипотезу о связи уровня внутренней капитализации габитуса с уровнем внешней конвертируемости ставок. Исследуемое поле является полем с высокой внутренней капитализацией габитуса: главной составляющей капитала в этом поле выступает не привнесенный капитал, а опыт, полученный внутри поля, в ходе овладения габитусом. Иными словами, происходит капитализация габитуса. Наряду с этим отмечается низкий уровень внешней конвертируемости ставок поля: ставки, наиболее ценные большинством агентов, имеют ценность только внутри поля и практически не конвертируются в капитал, который может быть использован вне данного поля.

Заметим, что рассмотренное нами поле представляет идеальный вариант поля производства теленовостей. В качестве представителя этого поля мы намеренно исследовали частный телеканал на том этапе его деятельности, когда он особенно выделялся среди других телеканалов своей независимой редакционной политикой, которая ярче всего проявлялась именно в новостных передачах. По данным интернет-опроса телезрителей, проведенного в феврале 2007 г. (опрос был проведен с использованием возможностей форума сайта РЕН ТВ¹), на канале были самые независимые новости: на вопрос: «Считаете ли Вы, что у РЕН ТВ самые независимые новости?» 47, 24% опрошенных ответили «Да», 38,58% - «Нет», 14,17% - «Затрудняюсь ответить». В настоящее время, в связи с изменением формы собственности канала и кадровых перестановках в его руководстве, степень «независимости» канала, безусловно, снизилась, вследствие чего отмеченная нами зависимость между уровнем внутренней капитализации габитуса и внешней конвертируемости ставок поля могут проявляться менее отчетливо, что, однако, не только не означает, что эти зависимости более не действуют, но лишь подтверждает их реальность. По мере утраты каналом «независимости» изменяется состав ставок поля: доля неконвертируемых ставок снижается, возрастает доля конвертируемых ставок. С возрастанием доли конвертируемых ставок в общей системе ставок поля возрастает заинтересованность во вхождении в поле внешних агентов, располагающих неспецифическим капиталом и заинтересованных в его приумножении. Давление этих агентов на поле приводит к тому, что наиболее «стойкие» из агентов, ориентированных на специфические ставки поля, покидают поле или занимают в нем маргинальные позиции.

Список литературы

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

Бурдьё П. Клиническая социология поле науки // Социоанализ Пьера Бурдьё. - М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алтея, 2001.

Добренков В. И., Кравченко А. И. Социология: В 3 т. - М.: ИНФРА-М, 2000. - Т. 3: Социальные институты и процессы.

Смелзер Н. Социология. - М.: Феникс, 1994.

ЖИЗНЕННЫЕ СТИЛИ: РЕАЛЬНОСТЬ И ВЫМЫСЕЛ

Томилов А. Б.

Казанский государственный технологический университет

«Жизненный стиль – регулярно воспроизводимый общий контекст поведения, интеракций, мнений, представлений и ценностных ориентаций людей» [5, S. 431]. «Жизненные стили обозначают эстетично-экспрессивные, относительно цельные образцы повседневного образа жизни людей и групп, выраженные в определенном габитусе и структурированном множестве потребительских предпочтений, манер вести себя, вкусах [1, S. 429]». Так интерпретируется это понятие в западной (точнее - немецкой) научной литературе, посвященной структурному анализу общества.

Примечательно то, что жизненный стиль как форма социального различия в Германии актуализировалась совсем недавно, лишь в начале 1980-х годов. Прежде немецкие исследователи социальной структуры оперировали понятиями «класс» (в марксистском или даже чаще веберском понимании) и «слой» (Т. Гайгер – родоначальник этого понятия – относится к числу немецких классиков). Причем внедрение в структурный анализ, а затем и распространение в научной среде новых понятий всегда происходило вслед за качественными изменениями социальных отношений, отражением которых эти понятия являлись. Индустриальная революция привела к замене «расколотого» сословного общества, «разделенным» классовым обществом. Массовое производство послужило преобразованию последнего в «упорядоченное» по доходам, образованию, профессии, социальному престижу слоевое общество. Наконец, усиление социокультурных процессов индивидуализации заставило говорить о «дифференцированном» обществе в пространстве жизненных стилей. Эти процессы даже породили версии о размывании классов и слоев в ходе модернизации общества: «Мы живем сегодня в ФРГ, хотя и в продолжающем существовать и обновляться социальном неравенстве, но уже в отношениях, выходящих за контекст классового общества. ... Субкультурные классовые иденти-

¹ <http://www.ren-tv.com/forum/index.php?showtopic=8540>