



**Boris Dubin**

## ВОЙНА, ВЛАСТЬ, НОВЫЕ РАСПОРЯДИТЕЛИ

Примерно за два последних года – между началом второй чеченской войны в 1998 г. и принятием государственных символов страны на рубеже XX–XXI веков – в России de facto сложилась новая политическая и информационная ситуация. Общую направленность и смысл никем не планированных и не прокламировавшихся, может быть, даже никем не желавшихся сдвигов, тем не менее произошедших в этих сферах, можно охарактеризовать как еще одну номенклатурную попытку задержать, ограничить, так или иначе поставить под контроль продолжающиеся процессы распада политических и экономических институтов позднесоветского общества. Более конкретно, речь идет о переходе от инициативных групп, групповых форм социального действия реформаторского толка или хотя бы заявок на них в конце 1980–х – начале 1990–х годов к сегодняшним кулуарным технологиям власти и анонимному воздействию масс–медиа. К определяющим признакам нынешней политической и информационной ситуации относятся<sup>1</sup>:

– явное оскудение и выцветание общественного пространства, последовательное устранение социального разнообразия. Это заметнее всего в политической сфере, где произошел своего рода "неестественный отбор", отрицательная селекция. В публичную политику пришли и продолжают подтягиваться не программные лидеры с широкими горизонтами и серьезными целями, не крупные организаторы, а, во–первых, чиновники, исполнители, люди системы, подобранные по принципам корпоративной солидарности, прежних связей и личной лояльности, и, во–вторых, допущенные или впрямую назначенные высшей властью распорядители основных ресурсов общества (природных, имущественных, коммуникативных) из рядов прежней номенклатуры второго и третьего эшелона, отдельных более молодых "прагматиков" и "технологов";

– на политической авансцене отсутствуют какие бы то ни было независимые социальные силы, сообщества, группы, представляющие и отстаивающие свои интересы. Никаких альтернативных социальных движений (например, рабочих, молодежных, правозащитных или экологических) за девяностые годы в России не возникло. Те из них, которые как будто бы намечались, остаются крайне локальными, малоавторитетными и зачастую перерождаются в новые номенклатурные организации. Как показали последние парламентские и президентские выборы, а также политические перетасовки последовавших за ними месяцев, фактически это привело к упразднению многопартийной системы в стране. Отмечу, что случай, когда результатом демократических (по процедуре) выборов становится усиление консервативных элементов в обществе, редукция сложности

общественной жизни, социальная стагнация и т.п., известен исследователям модернизации в странах так называемого "третьего мира" (примером здесь может быть Индия). Это заставляет по-иному, куда скромнее, оценить уровень и перспективы так называемой "демократизации" нынешнего постсоветского общества;

– соответственно, любые самостоятельные фигуры, олицетворяющие социальную инновацию, равно как и те сферы общественной жизни, которые связаны со значениями активизма, свободы, богатства, независимости и в которых действуют подобные фигуры инноваторов, подверглись в публичном языке, каналах масс-медиа, в массовом сознании явной негативной переоценке. Речь идет о дискредитации самих понятий "реформы" и "демократы", в вымывании которых из публичной риторики, а олицетворявших их фигур – с политической сцены и телеэкранов, т.е. в сворачивании перспективы перемен и устранении даже элемента неопределенности из жизни общества в целом, видится теперь – как массой, так и приближенными к власти, их запасными эшелонами, группами обслуживания и поддержки – один из позитивных признаков "стабилизации", нарастания "общественного согласия". Соответственно, речь, далее, идет о последовательном снижении обобщенного образа "инициативного Другого", "самостоятельного Другого" в общественном сознании, о нарастающей враждебности общества к агентам возможных изменений, о росте разного рода коллективных фобий (появлении фантазматических фигур разнообразных "врагов", прежде всего так называемых "лиц кавказской национальности" – кристаллизующую роль в этих процессах сыграла вторая чеченская война, как бы разрешившая подобную канализацию собственных страхов и недовольства россиян, перенос их на негативный образ "нецивилизованного чужака", к тому же – "чужой веры", неправославного), об усиливающемся, демонстративном антизападничестве и антиамериканизме в массовом российском сознании, политической риторике власти, в амбивалентном виде, но вполне рельефно проявившихся в массовых оценках и многих передачах отечественных масс-медиа даже после сентябрьских террористических актов в Нью-Йорке и Вашингтоне;

– заметное стирание различий между оценками и реакциями образованных и необразованных респондентов, растерянность тех, кто претендовал прежде на роль социальной, культурной, информационной "элиты", а сегодня принимает по наиболее принципиальным, острым вопросам точку зрения менее образованных групп (сознание последних, естественно, хранит в себе оценочные стереотипы более давних эпох, результат воздействия позавчерашней школы, средств массовой пропаганды и проч.). На первый план сейчас выходят периферийные слои общества, их самые рутинные представления, наиболее простые типы социального действия – паника, привычка, терпение и другие тактики пассивного выживания. Вместе с тем, в массе, как ни парадоксально, укрепляется сознание растущего и непреодолимого разрыва между "властью" и "народом", центром (столицей) и периферией ("глубинкой", "всей Россией"), между образованными, инициативными, относительно успешными и состоятельными молодыми россиянами и остальной частью населения;

– усиливаются такие типы массовых ориентаций, как неотрадиционализм и изоляционизм. Вместе с ожиданиями "твердого порядка" в стране укрепляется символика "особого пути" России, растет притягательность символов "железной руки", ностальгия по брежневской эпохе, тяга к

любованию мелодраматическими картинками дореволюционной жизни в костюмированных телесериалах и т.п.;

– все значимее становятся структуры негативной идентификации рядовых россиян при заметном снижении любых идеалистических ориентиров, критериев и мерок в их сознании. В публичном пространстве, в повседневной риторике масс-медиа уже привычно преобладают представления о всеобщей продажности и жестокости, нигилистические оценки абсолютного большинства общественных институтов, сниженная и обценная лексика, стеб, которые уже привычно соседствуют с демонстрацией массовой приверженности символам православия, штампами о собственной "духовности" и проч.

Ключевым событием последних лет выступает чеченская война, которая – в отличие от военных действий 1994–1996 гг. – одобрена и поддержана большинством населения страны, едва ли не всеми политическими силами, включая либеральных лидеров "правых"<sup>2</sup>. Значение войны для всего российского общества конца 90-х годов определяется, в данном контексте, ее использованием в качестве средства негативной мобилизации российского населения. Это мобилизация "по контрасту" или "от противного", прежде всего – мобилизация массовых страхов и общего ощущения бесперспективности. Такая война, во-первых, канализирует негативные настроения, накопившиеся у большинства населения за девяностые годы, во-вторых, помогает людям снизить уровень запросов и редуцировать поведение к минимуму, к спасительной привычке, в-третьих – вводит россиян в особый режим существования, подготавливая их к экстраординарным событиям и особым мерам<sup>3</sup>.

Стоит отметить, что и удрученное самочувствие многих россиян, и ожидания чего-то чрезвычайного в массовом сознании весьма рутинизированы, они как бы разлиты по всей поверхности повседневного существования. Однако в условиях, когда, по ощущениям большинства людей, их жизнь им как бы "не принадлежит", когда они, по их признаниям, лишены возможности воздействовать на ее ход, изменить и улучшить ее, даже просто приспособиться к происходящему, – все эти диффузные напряжения, настроения смутного недовольства, ощущения всеобщей продажности, преступности и порчи, как и готовность к чрезвычайным мерам, могут быть достаточно легко локализованы и активизированы. Террористические акты 1998 г. в Москве и ряде других городов России, независимо от того, кем конкретно они были организованы и проведены (гораздо важнее, какие силы сумели воспользоваться их общественным эффектом), а затем вторая чеченская война, обстановка электоральной кампании – и парламентской, и, особенно, президентской – показали, что подобная экстренная мобилизация негативного опыта, кратковременное возвращение к прежнему "мобилизационному обществу" вполне возможны. В определенных узких границах, в прагматических расчетах тех или иных фракций власти или кандидатов в нее, они могут даже оказаться результативными (другое дело, что подобные "простые решения" никакой реальной перспективы ни перед обществом, ни перед властью не открывают).

За вторую половину девяностых годов, а особенно за два последних года коренным образом видоизменилась функциональная структура масс-медиа<sup>4</sup>. В сравнении с рубежом 1980–1990-х годов заметно снизилась роль печати, упали ее тиражи. Сегодня читательская аудитория

российской прессы составляет чуть больше одной десятой от той, которая была в начале девяностых. Но и структура печатных масс-медиа, характерная для перестроечных лет, распалась уже к середине 90-х годов. Общенациональной газеты (или нескольких газет, тем более – распространенных в развитых странах "толстых", солидных газет с многочисленными тематическими приложениями, многомесячными проблемными дискуссиями по острым для общества темам) в России сегодня не существует. Журналы как рупор мнений и оценок инициативных групп, орган межгрупповых коммуникаций потеряли собственное место, поскольку сам групповой уровень общественной жизни в сегодняшней России, как уже говорилось, крайне слаб. Ряд новых изданий занял отдельные, сравнительно скромные ниши во внимании читающей аудитории, они не претендуют на всероссийский размах (средний тираж журналов к концу 90-х уменьшился в 8–10 раз, газет – более чем на треть).

Россияне сегодня предпочитают центральным изданиям – местные, чаще всего – еженедельники, дающие полезную практическую информацию об окружающей жизни, рекламу местных фирм, местные новости, сведения о развлечениях и т.п.: если в 1991 г. почти три четверти всего подписного тиража газет в России составляла подписка на центральные издания, то в 1997 г. это, напротив, подписка на издания местные. Но главное – у людей и групп, стоящих сегодня за теми или иными периодическими изданиями, исчезло лидерское самоощущение, снизился их престиж в обществе, они утратили свою роль первопроходцев. Картину мира, систему оценок и их общий тон в России сегодня задает телевидение, и прежде всего (особенно после фактического разгрома НТВ весной 2001 г.) – два его основных канала, ОРТ и РТР. Функциональная основа сегодняшнего телевидения – ежедневный и многократный в течение дня информационно-сенсационный и развлекательный "массаж" публики (пользуясь известным выражением Маршалла Маклюэна и тривиализуя его словесную находку, скажу, что "массаж" здесь и составляет "мессидж").

По данным опроса ВЦИОМ в октябре 2000 г. (2001 человек городского населения страны), 91% горожан России смотрят телевизор каждый день. Сравним: ежедневно читают газеты – 24%, журналы – 4%. Можно сказать, телевидение сегодня создает и поддерживает в России массовое общество, задает стандарты массовой культуры как культуры прежде всего зрительской, зрелищной. Перед нами – что-то вроде очень русифицированного варианта "общества зрелищ" Ги Дебора<sup>5</sup>, который я в дальнейшем и попытаюсь разобрать подробнее.

Доверие масс-медиа со стороны российского населения (не полное, но все же сравнительно высокое, хотя и смешанное с чувством собственной зависимости от телеэкрана) – это превращенная форма отчуждения реципиентов от происходящего в политической, гражданской жизни, выражение их исключительно зрительского участия в социальной действительности. Другая сторона подобного "доверия зависимых" – повышенная подозрительность к масс-медиа со стороны высшей власти и особенно президента. Напомню, что, внезапно возникнув из гражданского небытия, не имея политической биографии и лица, не обладая самостоятельным общественным авторитетом и политическим весом, Путин во многом обязан своей известностью – известностью, уточню, в качестве фигуры "над схваткой", представляющей не столько власть, сколько вождя, едва ли не всеми "управу на власть"<sup>6</sup> –

именно нынешнему телевидению. Понятно, что применительно к такой фигуре речь меньше всего может идти об инструментальной прагматике – о реальном наведении порядка в чем бы то ни было и т.п., но исключительно о символических аспектах соответствующей и принятой на себя социальной роли, общественной функции, "вмененной" снизу в качестве, опять-таки, негативной компенсации за общий "бардак". Не случайно абсолютное большинство населения из месяца в месяц не удовлетворено действиями Путина практически во всех сферах политики, кроме внешней – "представительской", причем этот факт практически не снижает массового доверия президенту, которое намного превышает доверие правительству и проч.

Самим характером апелляции к массе людей, готовых считать себя людьми "как все", телевидение создает социальную общность, целостность, не существующую вне этого систематически повторяющегося акта коммуникации. В этом плане оно нивелирует имеющиеся социальные и культурные, статусные и образовательные различия, создавая из разных индивидов однотипное "общество зрителей" – людей, которые переживают общность с другими себе подобными именно в том, что все они – зрители. Конституирование такого общества и его символическая интеграция в режиме календарного времени, ежедневных ритуалов семейного просмотра телепрограмм – основная функция сегодняшнего телевидения в России.

Но важно, понятно, еще и на что они при этом смотрят. Если говорить о наиболее популярных у зрителя жанрах телепередач, то можно сказать, что конструкция "телевизионной реальности" как символическая форма социального взаимодействия держится на нескольких сквозных смысловых компонентах:

– более или менее синхронные с временем просмотра репортажи о реальных, "сегодняшних" событиях, включая моменты их прямого показа (новости либо официальной политики, либо сенсационного, криминального толка – в соединении те и другие составляют основную ось телевизионного показа, их – и по многу раз за день на разных каналах – смотрит большинство телезрителей, в особенности пожилых);

– вымышленные истории, разыгранные фиктивными героями, актерами, обычно "звездами", известными зрителю по имени, внешности, другим ролям, семейным связям и скандальным историям из окружающей масс-медиа рекламно-развлекательной прессы, чаще всего – с периодическим продолжением (это кинофильмы, сериалы, телеспектакли);

– сценические игры в соревнование и согласие, достижение и победу, полемику и консенсус, включая символическое награждение победителей (и, в том числе, ироническое, игровое дублирование, переворачивание, дистанцирование от подобного зрелища и его протагонистов – юмористические конкурсы типа КВН, комические ленты). Более привычной для зрителей среднего и старшего возраста моделью здесь выступает трансляция спортивных соревнований, более новой – организованная телезвездой и с участием других "звезд" шоу-викторина, включающая интерактивные элементы символического участия телезрителей, их эпизодическое появление на экране и т.п.<sup>7</sup>;

– акты эмоционального единения с аффективной общностью "всех", особо значимые для молодежи, хотя популярные во всех возрастных группах российского общества, и представленные символической фигурой некоего "виртуоза переживаний" – модного певца, музыканта, ансамбля эстрадных исполнителей.

При этом как раз "новое" телезрители ищут на телеэкранах меньше всего. Даже новости они смотрят по несколько раз в день за утро и за вечер, а среди других передач тоже разыскивают, в первую очередь, им уже известные. Чаще телезрители – особенно более старшего возраста – предпочитают, чтобы любимые передачи шли всегда в одно и то же время и проч. Акт повторения, понятно, снижает собственно информационную значимость передачи, но зато повышает ее ритуально-символический потенциал (таков механизм парада, маршевой музыки, припева, вообще ритма). Повторение как бы замыкает показанное действие в себе, превращает его в полностью зеркальную конструкцию, короче говоря, в символ, отсылающий к другой, не эмпирической реальности – реальности коллективного сознания, для которого он выступает моментом "внутренней" организации, выстраивая его как целое и держа это целое на себе, вбирая его как фокус<sup>8</sup>. Повторенное изымается этим из потока видео- и аудиообразов, "отключаясь" как от своего событийного контекста, так и от связи с другими передачами дня, освобождаясь от всего хода суточного времени, порывая с временем истории. Наличие ручного пульта дистанционного управления облегчает поиск знакомого и узнаваемого, а zapping еще мельче "нарезает" время и, при внешнем мелькании кадров, фактически почти парализует его осмысленное движение, превращает в привычное. Телевидение (подчеркну, что дистанционный пульт здесь всего лишь обеспечивает техническое решение функции, которая сама намного "старше" него) как бы останавливает, мельчит и крошит время, а в конце концов распыляет, развеивает его проблемную структуру, историческую длительность, смысловую насыщенность.

Видимо, у телевидения как способа социальной коммуникации вообще нет средств для создания визуальной иллюзии эпического и романного времени, которое – как, например, в романе воспитания (становления) – разворачивалось бы осмысленными и взаимосвязанными этапами от завязки через кульминацию к развязке. Вместо этого телеповествование дробится на серии, как полтора века назад это делал остросюжетный, приключенческий роман-фельетон (замечу, что серийным способом смысловой организации исключается и жанр трагедии), либо "монтирует аттракционы" на манер комических лент первоначального немого кино. Телевидение как коммуникативное устройство вообще плохо справляется с нарративом. Оно обычно лишь "цитирует" нарративы, как и трагедии, предоставляя свои каналы (технику) для демонстрации кинофильмов, театральных постановок и проч. В этом оно – порождение пост-трагедийной и пост-нарративной эпохи с ее ощущением "конца трагедии", "смерти автора" и "смерти героя", "невозможности рассказа" и т.п. феноменами (напомню, все эти болевые темы последний раз горячо дебатировались в западном публичном пространстве практически одновременно с "Пересмотренной массовой культурой", книгами Маклюэна о конце "гутенберговой эпохи", Дюмазедье о "цивилизации досуга" и т.п.). В этом смысле, телевидение не только пост-традиционно (пост-традиционна, пост-мифологична уже сама трагедия), но и пост-модерно (пост-исторично). Добавлю, что постмодерно, конечно же, и развитое массовое общество как таковое: масс-медиа – лишь

технические системы обслуживания его коммуникационных потоков.

Массовая культура вообще тяготеет к серийности и повторению, которые как бы "выключают" время (если понимать его в "модерном" смысле – как время сознательных, осмысленных и, в этом плане, необратимых перемен). Важно, однако, то, что в сегодняшней России других уровней "общего", символически объединяющего людей, кроме телевизионного, кажется, нет. Это, можно сказать, общество телезрителей, ожидающих известного и привычного, и общество оно только в том и ровно настолько, насколько объединяет людей, снова и снова смотрящих на жизнь через телевизионный экран и опять видящих на нем "одно и то же". Акт их ритуально-символической солидарности в качестве зрителей, их самоутверждение и понимание себя как членов зрительского сообщества были бы без этого повторения невозможны<sup>9</sup>.

Поэтому видимое по телевизору воспринимается зрителями (особенно – более пожилыми, менее образованными, живущими в провинции) как развлечение, которое не тускнеет от повторения. Наоборот, оно становится еще полнзначнее, эмоционально ближе. Это не столько слежение за свежей информацией, сколько ожидание сигнала, что "все по-старому", ничего, выходящего за пределы обычного, не произошло. Характерно, что в обращении к игровому кино, кинофильмам и телесериалам проявляются те же скрытые структуры восприятия и стереотипы ожидания – ориентация на привычное, повторяющееся, предсказуемое<sup>10</sup>. До трех пятых горожан в сегодняшней России стараются искать и смотреть давно известные передачи, но с недоверием относятся к новым. Поэтому, по мнению более чем двух третей нами опрошенных, так важно, чтобы одни и те же передачи шли в одно и то же время. Подобное повторение (позитивная оценка уже виденного и известного, вставленного в привычную рамку) – это для зрителя и сигнал устойчивости, привычности транслируемого по ТВ образа мира, но, вместе с тем, и указание на значимость, важность показанного. В понимании массового зрителя, оно повторяется, потому что значимо, и значимо, потому что повторяется. Так, по принципу самообоснования, и работает символ: изолируя фрагмент реальности, он до-означивает, до-осмысливает, до-страивает ее до автономного целого, до нормы целостности. Вместе с тем, подобная тавтология показанного представляет для зрителей гарантию документальности, "реальности" телевизионного зрелища: оно повторяется, как "сама жизнь".

В подобных условиях образованные слои России, кандидаты в "элиты", во многом все еще держась за категории предшествующих исторических эпох и называя себя "интеллигенцией", тем не менее практически отказались от своей основной задачи – выявлять смысловые, ценностные дефициты общества, критически сопоставлять зарождающиеся, еще не до конца сформировавшиеся точки зрения в поле открытой дискуссии, оформлять их в виде новых текстов, визуальных практик, типов общественного дискурса. Не случайно ведущей публичной фигурой конца 1990-х гг. явочным порядком выступил менеджер или технолог, вооруженный средствами массовой коммуникации, включая пиаровца как нового саморекламирующегося героя политической сцены – своего рода "плута с компьютером", Хлестакова эпохи Интернета, одного из плеяды самоназначенцев, характерной для России последних лет. Складывается впечатление, что чисто номенклатурные каналы продвижения в постсоветской ситуации уже ограничены, может быть – недостаточно эффективны или быстры (что важно, поскольку "бег"

сегодня – исключительно на короткие дистанции), еще вероятней – не для всех в равной мере престижны. Вместе с тем, обобщенной, публично артикулированной системы ценностей и норм, санкционирующих значимые достижения и разделяемых социумом, его ведущими группами, больше того – даже каких-то направляющих силовых линий такой общей системы, сегодня нет. Соответственно, принцип и практика самоназначения – не путать с признанной обществом этикой индивидуального достижения, ориентирами и тактикой self-made-man? – превращаются из маргинальных, отклоняющихся, исключительных в ведущие и (явочным порядком) общепринятые, причем в самых разных сферах. Их – так же как в других случаях и в ином смысле взятку, блат, откровенную наглость или демонстративную грубость по принципу "нахальство – второе счастье" – могут про себя или даже на людях не признавать, не одобрять, но понимают и используют. Подобное присвоение сверхполномочий, точнее, присвоение их признаков в расчете на то, что окружающие будут себя вести соответственно этим признакам, по механике напоминает блеф и по-своему дополняет уже изученные социологами механизмы явного массового доверия, картину их эрозии, трансформации и перерождения (псевдоморфоз) в нынешнем российском обществе<sup>11</sup>.

Основной проблемой "продвинутых" групп в конце девяностых стало не внесение новых идей и символов, а достижение немедленного и широкого успеха – т.е. разработка массовых образцов чуть более высокого уровня, чем советские или переводные, и освоение эффективных маркетинговых техник их скорейшего продвижения на интеллектуальный рынок. Профессионализация, а значит – специализация и т.д., роли "творца" до амплуа производителя тех или иных, но всегда хорошо продаваемых культурных товаров – такая же начальная и неустраняемая фаза массовизации культуры, как культ "звезд" – неотъемлемая от этой культуры попытка придать подобному производителю хотя бы какие-то, пусть даже негативные, признаки прежнего творца. Но, вообще говоря, такой всегда была лишь одна, пусть и мощная составная часть процесса, в ходе которого укреплялись, автономизировались, осознавали свою позицию и свой интерес также и другие группы производителей символических благ, работающие на другие, не-массовые уровни культуры. В России же середины и второй половины 1990-х гг., кажется, только в массовой культуре или на самых границах с ней и происходили сколько-нибудь заметные обществу события, независимо от того, был ли при этом инициатором "хорошо отрететированного бурана" новый истеблишмент, вчерашний авангард либо даже андерграунд. Отсюда сосредоточенность сегодняшних менеджеров культуры на рейтингах тех или иных кандидатов в "звезды", попытки создать или "назначить" национальный бестселлер, поиски средней линии между "интеллектуальными" ("арт") и массовыми ("жанровыми") образцами. Таковы, скажем, последние фильмы Н. Михалкова, нашумевшая кинодиалогия "Брат" и "Брат-2", декоративно-исторические детективы Б. Акунина, эксперименты с жанрами "русской фэнтези", "альтернативной истории" (П. Крусанов, С. Смирнов и др.). Идеологии и символики этих, перечисленных здесь лишь для примера работ, их ключевых мотивов, образов мира, трактовки "национальных особенностей" сейчас не касаюсь, как, впрочем, по большей части не обсуждает их и художественная общественность, в демонстративном самоуспоении сосредоточившись, со своей стороны, на вопросах "языка", "вкуса" и "стиля".

Октябрь 2001

*В основе статьи – сообщение в июне 2001 г. на семинаре в университете г. Гермерсхайм (ФРГ), организованном Биргит Менцель. Первоначальный, более краткий вариант текста под названием "Экспансия привычного" опубликован Андреем Мокроусовым на украинском языке в киевском журнале "Критика" (2001. № 6).*

- 
- <sup>1</sup> Подробнее см.: Гудков Л., Дубин Б. Конец 90–х годов: Затухание образцов // Мониторинг общественного мнения. 2001. № 1 (51). С. 15–30.
  - <sup>2</sup> См. "чеченские" статьи Л. Гудкова в "НЗ" (2000. № 5; 2001. № 2) и примыкающие к ним материалы в последнем из указанных номеров.
  - <sup>3</sup> См.: Дубин Б. О привычном и чрезвычайном // НЗ. 2000. № 5. С. 4–10.
  - <sup>4</sup> Подробнее см.: Гудков Л., Дубин Б. Общество телезрителей: массы и массовые коммуникации в России конца 90–х годов // Мониторинг общественного мнения. 2001. № 2. С. 31–45.
  - <sup>5</sup> Дебор Г. Общество спектакля. М., 2000.
  - <sup>6</sup> Напомню, что на этом же, среди прочего, строился имидж раннего Ельцина, в связи с чем в тогдашней перестроечной прессе, кажется, впервые была поднята тема политического популизма. Вообще говоря, такого рода популистские фигуры постоянно сопровождают новую историю России и советскую историю, обильно представлены в отечественной литературе и искусстве (весь спектр героев от "народного заступника" вроде Дубровского до гоголевского "реvizора", которым нетрудно отыскать позднейшие параллели, скажем, у Платонова или П. Романова, С. Заяицкого или Зощенко).
  - <sup>7</sup> В этом плане перспективно было бы истолковать поведение телезрителей по образцу спортивных болельщиков или туристов, рассмотрев, как в подобных случаях всякий раз особыми средствами конструируется символическая дистанция между зрителем и "объектом".
  - <sup>8</sup> Социологию в большей мере интересуют именно эти функции символа как способа "внутренней" организации коллективных представлений, его соотнесенность с ценностями действующих лиц, а не с эмпирической "действительностью". В терминологии структурного функционализма, это отделяет экспрессивные символы (или экспрессивные аспекты символа) от когнитивных.
  - <sup>9</sup> О конструкции самого акта телесмотрения и его коллективном характере (характере образующегося при этом коллектива) см.: Morley D. Television: Not so much a visual medium, more a visible object // Visual culture. London; N.Y., 1995. P. 174–175; From receiver to remote control: The TV set. N.Y., 1990; The female gaze: Women as viewers of popular culture. Seattle, 1989.
  - <sup>10</sup> Для других групп – несколько более молодых, образованных, урбанизированных – сходную функцию позитивной тривиализации, сведения к однозначно-понятному, известному и предсказуемому играют сегодня, например, эпидемически распространившиеся кроссворды, чайнворды, сканворды и проч.
  - <sup>11</sup> См. о них статьи Ю.А. Левады: 1) Факторы и фантомы общественного доверия // Экономические и социальные перемены: Мониторинг общественного мнения. 1996. № 5. С. 7–12; 2) Механизмы и функции общественного доверия // Мониторинг общественного мнения. 2001. № 3. С. 7–12.

---

Published 2003-02-24

Original in Russian

Contribution by Neprikosnovennij Zapas (NZ)

(c) Neprikosnovennij Zapas (NZ)

(c) Eurozine