

УДК 329.63
ББК 66.6

Валерий Григорьевич Зарубин
доктор социологических наук, профессор,
Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена
(Санкт-Петербург, Россия), e-mail: vg_zarubin@mail.ru

Эстетика политического пространства: опыт социологической реконструкции профессиональной компетентности журналиста

В статье раскрывается эстетическое измерение политического процесса. Показано влияние рыночных отношений, экономического кризиса и концентрации власти на избирательный процесс. Дана характеристика социальным вызовам, с которыми сталкиваются журналисты в процессе профессиональной деятельности. Вызов первый – испытание рынком. Рынок предлагает журналисту быть одновременно и продавцом и товаром. Вызов второй – испытание кризисом. На смену политическим идеалам приходят идеалы заказчиков. Ощущается необходимость поиска новых горизонтов осмысления политического. Возникает потребность в разработке канонических принципов политизированного мышления. Реальность подсказывает контуры нового способа осмысления политики. Наблюдения свидетельствуют, что публичная политика перестаёт быть ареной столкновения полярных социальных сил и превращается в одну из форм искусства. Вызов третий – испытание властью. В этом случае власть становится предметом самооценки. Ареной борьбы оказываются средства массовой информации. В статье выявлена зависимость между стадиями избирательного процесса и профессиональной деятельностью журналистов. Раскрыты профессиональные компетентности журналиста, специализирующегося в области описания избирательного процесса. Дана характеристика профессиональных ролей журналиста-социолога, журналиста-идеолога, журналиста-сенсатора, журналиста-имиджмейкера, журналистов, легитимирующих и делегитимирующих существующий политический порядок.

Ключевые слова: эстетика, политическое пространство, социальный вызов, рынок, кризис, власть, избирательный процесс, цикличность, журналист, компетентность.

Valeriy Grigoryevich Zarubin
Doctor of Sociology, professor,
Herzen State Pedagogical University of Russia
(St. Petersburg, Russia), e-mail: vg_zarubin@mail.ru

Political Space Aesthetics: Experience of Sociological Reconstruction of the Journalist's Professional Competence

The article reveals the aesthetic dimension of the political process. The author shows the influence of market relations, the economic crisis and power concentration on the electoral process and describes the characteristics of the social challenges that journalists face in their professional activity. The first challenge is the market test. The market offers a journalist to be both the seller and the goods. The second challenge is the crisis test. Customers' ideals replace political ideals. There is a need to search for new horizons to comprehend the current political course and to develop the canons of the principles of politicized thinking. Reality dictates new policy thinking contours. Observations suggest that public policy quits being a collision arena for polar social forces and transforms into a form of art. The third challenge is the power test. In this case, power becomes a matter of self-worth. Mass media become the arena of struggle. The paper reveals the relationship between the stages of the electoral process and the journalists' professional activities, and presents the professional competences of the journalists, who specialize in covering election campaigns. The author characterizes the professional roles of a journalist-sociologist, journalist-ideologist, journalist-sensator, journalist-imagemaker and journalists, legitimating and illegitimizing the existing political order.

Keywords: aesthetics, political space, social challenge, market, crisis, power, electoral process, cyclicity, journalist, competence.

Путешествовать в пучине современной политики небезопасно. Обычный человек не в силах совладать с политической реальностью без посторонней помощи. Он стеснён правилами социализации, ограничен статусной определённостью и обречён на выбор в границах ролевого набора. Поэтому без достаточного опыта, без знания маршрута и без ориентиров он может легко сбиться с пути.

Журналист подобен лодчанику. Он, лишённый социальных условностей, будучи участником или свидетелем происходящего, способен проходить через стратификационные барьеры. Он, обладая искусством рассказчика, не только указывает маршрут, но и объясняет обычному человеку смысл маршрута. В результате общения с журналистом стихия экономики, политики и культуры в глазах обычного человека наполняется событиями, обретает чёткость и персонифицируется.

Журналист, отвечая на политические вызовы XXI столетия, стремится овладеть секретами реки времени. Каковы контуры этого пути?

Любое путешествие в социальность имеет свою временную протяжённость. Меняется ли содержание публикаций, отражающих политический процесс? Идёт журналистика в след политической практике или опережает её? При постановке этих вопросов следует учесть, что исторична не только сама социальная реальность, но и символическое пространство её интерпретаций.

Кто задаёт тон в конструировании символического каркаса, легитимирующего власть?

Вызов первый – испытание рынком. Рынок предлагал журналисту быть одновременно и продавцом и товаром, действуя по принципу: «Я такой, какой вам нужен». Это породило у журналиста «рыночный характер». По наблюдению В. И. Кузина, главное для журналиста-рыночника – надлежащее функционирование, при котором преобладает рассудочное манипулятивное мышление. Социальный эгоизм, утилитаризм и прагматизм проявляется в отношении к людям как к вещи и товару. Поскольку личный успех зависит от умения преподнести себя, постольку журналист жизнерадостен, здоров, агрессивен, надёжен, честлюбив, знаком с нужными людьми, а в определённых условиях альтруистичен, добропорядочен, честен [2, с. 26].

Рынок подчинил творческую лабораторию товарному производству. Журналисты,

сами того не желая, тиражировали общепризнанные стереотипы и оценки социальной реальности. Социологический и идеологический образ мышления относится к числу наиболее распространённых стереотипов современной российской журналистики.

Носители социологического мышления акцентировали внимание на социальных инвариантах действий. Ход выборов описывается ими как столкновение полярных социальных сил, оснащенных арсеналом технологических приёмов, целью которых является установление контроля за волеизъявлением избирателей, или выборы превращаются в схватку между законом и криминалом. В данной ситуации журналист стремится быть над схваткой, демонстрируя нейтральность по отношению к различным политическим силам. Журналист предоставляет читателю право на самостоятельную оценку событий.

Распространённым в СМИ являлось и другое направление – идеологический образ осмысления политического. На смену отстранённости и нейтральности приходит позиция, рельефно отражающая предпочтение автора. Идеологический стиль осмысления политического был полемичен, открыт для диалога и вызывал ответную реакцию. Ценность и субъективность – вот его преимущества, и они же – его слабости. Стремление превратить читателя в «соратника по борьбе», мобилизовать его на прямое политическое действие порождает реакцию массового отторжения интереса от социальности и сознательного неучастия граждан в политических акциях.

При всей несхожести социологического и идеологического образа мышления их роднил общий пункт – равнодушие к личности. Политика оказывалась ареной для борьбы безымянных социальных сил: «белых» или «жёлтых» технологий, партий или групп, взаимно отталкивающих друг друга интересов. Ход рассуждений, обезличивающий события, является характерным для начальной стадии избирательной кампании.

Результат такой стратегии очевиден: живого диалога с собеседником (читателем, радиослушателем или телезрителем) не получается. В отсутствие контакта собеседник воспринимал репортажи, очерки, зарисовки скорее как необходимый элемент события, как пропагандистское обеспечение избирательной кампании и не более того. Журналист оказы-

вался олицетворением искусной манипуляции, а обычный человек отказывается оценивать его деятельность как объективное отражение социальности.

На активной стадии избирательной кампании журналист, пытаясь вернуть читателя, превращает политическое событие в сенсацию. Он уходит от классических канонов профессионального мастерства и обретает новое состояние – журналиста-сенсатора. Деятельность сенсатора, по определению И. В. Кузина, «это беспорядочный бег по информационным полям, которые сливаются в одну, пока что сложно определимую смесь. В такой среде исчезает значимость авторства. Автор становится на конвейер, становясь массовым продуктом» [3, с. 35].

Ответная реакция не заставляет себя долго ждать. Со стороны социальности наблюдается эффект сопротивления. Восприятие социальности оказывается неадекватным не только событию, но и ожиданиям участников, жаждущих оценки личного вклада со стороны окружающих. Вместо заинтересованного отношения со стороны социальных групп, которое, по мнению человека, должно существенно дополнить самоощущения, личностные оценки, эмоциональное восприятие, обнаруживалась индифферентность, статичность и отчуждённость со стороны социальных институтов. Пробел, конечно, быстро восполняется. Но это оказалось делом иных цеховых союзов – политологов и историков. Интерпретация, не соответствующая масштабу события и ожиданиям аудитории, породила «тривиальное чтение». В результате социальность ускользала, теряя свою историю.

Вызов второй – испытание кризисом. На смену политическим идеалам приходят идеалы заказчиков. Ощущается необходимость поиска новых горизонтов осмысления политического. Возникает потребность в разработке канонов принципов политизированного мышления. Реальность подсказывает контуры нового способа осмысления политики. Наблюдения свидетельствовали, что публичная политика перестаёт быть ареной столкновения полярных социальных сил и превращается в одну из форм искусства.

На стадии дискуссии в избирательной кампании открытая площадка, сцена или эфир становится пространством свободы для исполнителя. Свидетелем акта вдохновения оказывается массовая аудитория. Публичный политик

нуждается в зрителе так же, как и любой виртуозный исполнитель. Его заботит не столько констатация («я существую, я здесь»), сколько интрига сценического действия: «я – изображение, я узнаваем – смотри». Эстетическое восприятие политики открывает один из вариантов обогащения творческой лаборатории журналиста. Журналист примеряет на себя роль имиджмейкера. Такое видение открывает перед ним возможность трактовать политику как форму перформативного искусства. Любая избирательная кампания оказывается одним из наиболее вдохновенных воплощений сценической игры.

Как можно было отличить одного политика от другого, если избирательный турнир столь скоротечен? Социальные программы и идеологические установки чаще всего были безлики, скучны и мало различимы. Поэтому вряд ли их изучение оказывало существенную поддержку в журналистском поиске. Сердцевина перформанса – политик. Неотъемлемым качеством политика являлось исполнительское мастерство. Поэтому основное внимание следует уделить оценке его виртуозности. Персона политика-виртуоза выделяется на фоне политиков-статистов на «круглых столах» и в теледебатах. Во время открытых встреч виртуозность политика вызывает чувство единения с публикой или толпой. Любая политическая технология окажется мало результативной, если не найдется исполнитель-виртуоза.

В политическом перформансе результатом являлось политическое действие как таковое, а не какой-то абстрактный, обезличенный продукт. Интерес избирателя-зрителя привлекает творчество политиков-виртуозов. Избирательная кампания превращается в спектакль. Политическое творчество, как разновидность искусства, уникально и неповторимо. Оно создаёт неизведанные области политической реальности. Невозможно повторить, воспроизвести манеру, варианты аргументации и конкретные приёмы ведения избирательной кампании кого-либо из публичных политиков. В этом случае политический успех зависит не от мастерства журналиста, а от виртуозности политика. Журналист довольствовался ролью умелого бутафора или рабочего сцены.

Способность политика к самовыражению вычерчивает смыслообразующую линию. В хаосе политических конфликтов, явных и неявных интересов обнаруживается упорядоченность,

которая помогает избирателю идентифицировать себя с одним из политиков. Подобно тому, как художественное произведение оказывается ценностным ориентиром в мире разъятых смыслов, талант политика способен привлечь ресурсы власти и поддержку граждан, для воссоздания политической стабильности. В этом обнаруживается эффект приращения бытия в политике. Чем ярче исполнительское мастерство политика, тем больше у него шансов на победу. Невыразительность претендента, как участника массовой, может быть восполнена виртуозностью солиста. В первом случае речь идёт о формировании политических лидеров, во втором – о рождении политических коалиций. Журналист в данной ситуации вынужден довольствоваться ролью умелого бутафора, суфлёра или рабочего сцены.

В то же время политический перформанс – искусство скоротечное. На пике популярности политика-виртуоза ждёт ошеломляющий успех. Но парадоксальность творчества состоит в том, что на смену одним кумирам приходят другие. Ещё то, что вчера вызывало одобрение и приносило победу на выборах, сегодня может вызвать отторжение и, как следствие, потерю голосов избирателей.

Вызов третий – испытание властью. В этом случае власть становится предметом самооценки. Это происходит не столько потому, что власть открывает доступ к распределению материальных ресурсов, сколько в силу того, что с её помощью утверждается интерпретация определённого социального порядка. Природа политического соперничества такова, что борьба разворачивалась в символической форме – за контроль над теми представлениями о социальном мире, которые имели участники борьбы. Ареной этой борьбы оказываются средства массовой информации.

Значительная часть общих понятий, употребляемых журналистами: класс, нация, народ, интересы класса, интересы народа, интересы государства, демократия, реформа, – имела чёткое символическое содержание. Во многих случаях они играли роль понятий, с помощью которых конструируются окончательные аргументы в пользу той или иной политической позиции. Журналисты употребляли эти понятия в смысле символа или пограничного знака, отделяя «своих» от «чужих». Интерпретация понятий является неотъемлемым свойством информационных войн.

Вряд ли информационные войны, развёрнутые на ОРТ, телеканале «Россия», НТВ или телеканале «Дождь», можно объяснить с позиций повседневных журналистских практик. Информационные войны можно понять, лишь преодолев монополию субъекта, претендующего в воображении журналиста на роль смыслового каркаса. В противном случае эта монополия привела бы к рутинизации творческой лаборатории. И оказалось, что действия политических групп, их борьба и сферы влияния, конфликтные и коалиционные ожидания интерпретируются не иначе, как социальная вторичность. Участникам информационных баталий в данной вторичности отводилась в лучшем случае роль статистов, артикулирующих интересы социальных сил, или того хуже, регуляторов, которые, будто эхо, повторяют объективный ход событий.

Изжить привычку к упрощению можно только в том случае, если пару «объект – субъект» преобразовать в своём сознании в иной смысловой конструкт – «агент политических отношений». Устоявшиеся понятия обретают иной смысл. Журналист исходит из того, что герой его публикаций – управляемая система; сам же он, подчиняясь определённым правилам игры, осуществляет целенаправленную политическую практику.

Агенты не являются отлаженными, как часы, автоматами. Агенты реализуют информационные стратегии. Стратегии – это своеобразные системные практики. Суть их состоит в том, что восприятие социального мира является следствием двойного структурирования. Со стороны объективной оно социально структурировано, поскольку свойства, которыми наделены журналисты, предстают в сочетаниях, имеют неравную вероятность. Со стороны субъективной оно структурировано в силу того, что восприятие и оценивание политических событий, в особенности тех, что отражены в статьях, очерках, оказываются знаками символической власти. Оба эти механизма участвуют в производстве социального порядка, создавая мир здравого смысла или минимум консенсуса по поводу социального и политического устройства. Если среди политических сил доминирует согласие, то в социальном пространстве царит информационный мир, если – конфликт, то возникает информационная война.

Какими ресурсами обладал журналист на полях информационной войны, которая разворачивается на завершающей стадии избирательной кампании?

Информационное поле является полем властных взаимодействий. В его рамках происходит движение «капиталов», которыми обладают журналисты. Материальные ресурсы (финансы, оборудование, информационная и рекламная сети) составляют «экономический капитал». Идеальные ресурсы (престиж, влияние, опыт) относятся к «символическому капиталу».

Журналисты, обладая материальными и идеальными ресурсами, противодействовали друг другу. В процессе противодействия выявлялось соотношение сил. Объективное соотношение сил воспроизводится в видении социального мира. Тот, кто обладал перевесом сил, получал право на создание символического порядка. В борьбе за навязывание легитимного видения социального мира журналист располагал возможностями, пропорциональными его влиянию в профессиональной среде, и признанием среди читателей и телезрителей.

Границы информационного пространства определялись движением капиталов, специфическим для каждого отдельного поля. В каждом из этих пространств был свой состав агентов. В процессе информационной войны подвижными оказываются не только границы информационного поля, но и сами правила, по которым ведётся война.

Способность господствовать в информационном пространстве заключалась в умении присваивать материальные и символические прибыли. К числу таких прибылей относится право на формирование символического порядка. Как только эта прибыль была получена, она превратилась в руках журналиста в капитал. Тот, кто стал обладателем капитала, получил дополнительный шанс на победу.

Журналист, одержавший победу в информационной войне, обладал монополией на интерпретацию позиции официальной власти, контролировал продукты прошлого творческого труда, оформлял юридическое право на владение символическим капиталом. Основная же цель победы состояла в определении правил будущих стратегий в политической игре.

Разрушительная сила войны создала иллюзию, что социальные правила можно не только изменять, но и ломать. «В стране сло-

жилась такая расстановка сил, при которой журналисты считают, что им дано произвольно направлять потоки информации и тем самым осуществлять контроль над состоянием умов, гражданским выбором соотечественников и в конечном счёте над политическими процессами. Они мыслят и действуют не столько вместе с обществом, сколько вместо него», – отмечает С. Г. Корконосенко [1, с. 4].

Журналист, охваченный синдромом победителя, уже не ограничивается ролью стороннего наблюдателя или обличителя, а предстаёт в новых одеждах. В одних обстоятельствах он оказывался медиамагом и подобно античному герою вёл нескончаемую битву с реально действующими политическими циклопами и медузами. В других обстоятельствах он представлял медиакратом и силой слова усмирял страсти и пороки власть предержащих. Но и в том и в другом случае журналист противостоял хаосу, олицетворяя собой истинный закон и порядок и считая себя воителем-демиургом. В результате между журналистом и политической реальностью возникает пространство внесоциального контроля. Предназначение медиамагов и медиакратов состоит в делегитимации прежних политических устоев и в создании условий для узаконенного нового политического порядка.

Финальная сцена политического действия завершается победой одного из действующих лиц. А на опустевшей сцене затевается следующий спектакль: подыскиваются новые пьесы, исполнители и статисты. Иными словами, эстетическая составляющая политики обнаруживает цикличность, которая свойственна профессии журналиста, специализирующегося в области освещения избирательных кампаний.

На начальной стадии избирательной кампании компетентность журналиста включает умение быть или журналистом-социологом, который стремится объективно отражать начальную стадию избирательного процесса и предоставляет читателю право на самостоятельную оценку событий; или журналистом-идеологом, который пропагандирует идеи конкретных политических групп и мобилизует сторонников.

На стадии, когда все участники избирательной кампании определены, компетентность журналиста предполагает превращение в журналиста-сенсатора, который любое со-

бытие обращает в политическую сенсацию, искусственно формируя повышенный интерес к избирательному процессу.

В активной фазе избирательного процесса востребована компетентность журналиста-имиджмейкера. От него требуется умение создать образ, в котором политик-виртуоз, запомнится избирателю.

На завершающей стадии избирательной кампании, когда развёртываются информационные войны, востребована компетентность, обеспечивающая легитимацию/делегитимацию существующего порядка. Это ведёт к тому, что журналисты превращаются либо в медиомахов, либо медиократов. Таковы стадии профессионального цикла в политической журналистике.

Список литературы

1. Корконосенко С. Г. Российская журналистика: от кризиса к отмиранию // Журналистика и социология – 98. Журналистика в условиях общественного кризиса / под ред. С. Г. Корконосенко. СПб.: СПбГУ, 1999. С. 3–4.
2. Кузин В. И. Формирование «рыночного характера» у журналистов российских СМИ // Журналистика и социология – 97. Журналист: личность, должность и долг / под ред. С. Г. Корконосенко. СПб.: СПбГУ, 1998. С. 25–33.
3. Кузин И. В. Сенсатор – новый тип журналиста в информационном обществе // Журналистика и социология – 97. Журналист: личность, должность и долг / под ред. С. Г. Корконосенко. СПб.: СПбГУ, 1998. С. 33–41.

Статья поступила в редакцию 05.02.2012 г.