

*Ювенальная юстиция: благо или разрушение? Мнения экспертов // [http://www.demographia.ru/articles\\_N/index.html?idR=23&idArt=1587](http://www.demographia.ru/articles_N/index.html?idR=23&idArt=1587).*

*Ювенальная юстиция: за и против: опрос мнений, 18 марта 2010 года // <http://www.newsland.ru/Polls/Detail/id/476328>.*

---

Елена Николаевна Барябина  
канд. социол. наук, доцент кафедры социальной антропологии  
и социальной работы  
Саратовского государственного технического университета  
электронная почта: bariabina@mail.ru

---

*М.А. Ворона*

**«КРАСИВО ЖИТЬ НЕ ЗАПРЕТИШЬ...»: СОЦИАЛЬНОЕ  
БЛАГОПОЛУЧИЕ КАК МЕДИЙНЫЙ КОНСТРУКТ**

**Образ достойной жизни в современных российских СМИ:  
Сб. статей / Под ред. М. Литовской, А. Розенхольм,  
И. Савкиной, Е. Трубиной. Екатеринбург: Изд-во Уральского  
университета. 2008. 288 с. ISBN 978-5-7525-1821-8.**

Рецензируемая книга является итоговым сборником статей, подготовленных в рамках завершеного в 2008 году трехгодичного проекта «Создавая "достойную жизнь". Постсоветские идентичности в российских СМИ 1980–2006», реализованного сотрудниками Уральского государственного университета при поддержке Академии наук Финляндии. Поставленная авторами издания цель – изучение процесса воспроизводства российскими СМИ системы ценностей, решается с позиции двух перспектив: медийной (media studies) и социокультурной (cultural studies). В фокусе внимания концепт «достойная жизнь», наполненный противоречивыми смыслами на постсоветском пространстве современности и анализируемый в контексте негомогенности отечественных СМИ и двойственности природы медиатекстов, являющих одновременно и источником, и следствием информационно-ценностного дискурса.

Современные массмедиа, имеющие своей функцией «непрерывное порождение и переработку раздражений» [Луман, 2005. С. 152], принимают непосредственное участие в формировании, репрезентации и восприятии целевыми аудиториями представлений о ценностной матрице «благополучие / благосостояние – хорошая / достойная жизнь». Данный сборник, подготовленный специалистами из разных областей, представляет собой полипара-

дигмальный анализ медиапосланий в русле интерпретации повседневных практик, экзистенциальных переживаний и формирования многочисленных референций различными типами СМИ [С. 21]. Издание может служить своего рода проводником в системе ценностных координат медиаполей.

Шестнадцать статей, каждая из которых основана на солидном эмпирическом материале, разделены в книге на четыре смысловых раздела, что предопределено неоднозначностью анализируемых концептов. Первые три статьи объединены идеей о социо- и культурно-лингвистической трансформации понятия «достоинство». Изучение словарных значений слова «достоинство» и анализ его включения в дискурс современных российских СМИ позволил О. Михайловой, автору статьи «Достойно ли сегодня иметь достоинство?», вскрыть процесс преломления идеи достоинства как социальной и культурной ценности в «наивном языковом сознании» и восприятия его как некоей «отчуждаемой собственности с параметрическими признаками» [С. 13]. Идею о расширении и вариативности сочетаемости этого слова продолжают в своей статье И. Вепрева и Н. Купина: в фокусе их внимания – высокочастотное ценностно-насыщенное выражение «достойная жизнь» и изменение его семантики. Авторы отмечают существование двух параллельных процессов – активизации языковых значений изучаемого слова, связанных с оценкой нравственности и одновременно материальным благосостоянием, достатком [С. 44]. Фактически противоположную тенденцию отмечает Ю. Пикулева в своей статье о репрезентации данного понятия в гляцевых изданиях: морально-нравственные смыслы (достойный человек) сменяются эстетикой потребления (достойный кого / чего) [С. 14]. Данная трансформация, равно как и инверсия понятий труд и дело, проанализированная Т. Кругловой в исторической перспективе, является свидетельством перехода общества в новую постиндустриальную фазу и популяризации идеологии консюмеризма. Канва первого раздела сплетена из нитей «благосостояния», «благополучия» и «материального достатка», являющихся маркерами российского среднего класса [Беляева, 2001; Тихонова, 2009; Шкаратан, 2005] и якорями социальной стратификации в целом.

Дальнейшее повествование авторы строят по принципу различений П. Бурдьё, выделившего три способа утвердить личностное отличие: внешность (представительские расходы и здоровье), питание, культура (книги, газеты, спектакли, спорт, музыка) [Бурдьё, 2005. С. 35]. Поскольку система здравоохранения латентно воспроизводит неравенство в обществе, закрепляя позиции властных групп, аккумулирующих в себе все виды капитала, в фокус внимания М. Бондарик, О. Шек, П. Аарва и И. Пиетиля попала пропаганда здорового образа жизни и риторика заботы в СМИ. Критический дискурс-анализ выполнен в русле социальной истории: от контекста обсуждения проблем алкоголизма в советский и постсоветский периоды до медиафрейма национального проекта «Здоровье». Особый интерес представляет исследование конструкта «стресс» как своего рода ритуала и атрибута по-

вседневности в период реформ. Богатая палитра значений, обнаруженных в ходе анализа (от медицинского до социально-экономического) и многоуровневый характер «стресса» как социального феномена, наделяет концепты «благополучия» и «достойной жизни» иными, не материальными, а социально-психологическими смыслами. Здоровье, обладая высоким весом среди компонентов человеческого капитала, предстает в виде пропуска в мир благополучия и достатка [Тихонова, 2009. С. 178].

Статьи третьего раздела, выполненного в парадигме инвайронментализма, так или иначе затрагивают проблемы взаимодействия с природой как частью «идентификационной матрицы человека и социума» [С. 17]. Александр Зеленин в своей статье «От природы-мастерской до мадагаскарского таракана» исследует динамику презентации природы на страницах журнала «Наука и жизнь» в течение последних 25 лет. Выявленная им трансформация описана следующей формулой: от природы как элемента политизированной социальной доктрины «благополучие советских людей» к природе как компоненту «достойной жизни», порожденной западными моделями консюмеризма [С. 157]. Макроанализ природы в современном дискурсе дополняется рассуждениями А. Розенхольм о репрезентации микропрактик взаимодействия индивида и домашнего животного на страницах современных изданий. Подобный «рет-дискурс» [С. 175] продуцирует социальные и культурные различия, формируя представления о «хорошей жизни» и «достойных» жизненно-стилевых стратегиях. Кросскультурный анализ бинарного концепта «деньги – достойная жизнь» в дискурсе реалити-шоу «Последний герой», осуществленный Н. Михайловой, позволяет увидеть трансформацию системы ценностей «по-русски»: жанр эко-игр на выживание позволяет вскрыть «азиатский» тип локализации глобальных форматов» [С. 18] в российской культуре потребления и отношения к деньгам. Тема глобализации и компаративного социально-культурного анализа продолжена в статье И. Савкиной о туризме россиян в Финляндии. В век «плюрализации границ» [Бек, 2003. С. 27] и «текучей современности» [Бауман, 2000] туризм перестает быть лишь полем демонстрации материальной компоненты достойной жизни, становясь сферой (пере)определения «своего» в представлениях о «хорошей жизни». Туризм внутри страны и за рубежом, отдых на курортах, будучи компонентом качества жизни и одним из критериев выделения среднего класса [Шкаратан, 2005], имеет непосредственное отношение к процессу сравнительной интерпретации западных и отечественной моделей достойной жизни и конструируется в современных СМИ как фактор самоидентификации в условиях общества потребления.

Заключительная часть сборника объединяет статьи, посвященные анализу «глянца»: точкой соприкосновения пяти текстов стала неоднозначность восприятия продвигаемых в этих изданиях ценностей и представлений о реальной действительности. Идея престижного материального потребления, являющегося «средством демонстрации денежной силы, а тем самым

и средством приобретения или сохранения доброго имени» [Веблен, 1984. С. 120], или «достойной жизни», транслируется на страницах глянцевого издания как эстетизация окружающего — «от объектов персонального обладания до политики» [С. 224]. Коммерческие стратегии, вплетенные в глянцевые тексты наряду с представлениями о счастье и способах его достижения, конструируют, по мнению Е. Трубиной, образ «правильного» потребления и обладания той или иной материальной ценностью. О. Шабурова анализирует региональный контекст модели «потребления как успеха», обращая внимание читателей на философию денег и траты, конструируемую на страницах глянцевых журналов. Идея гламура как гиперкомпенсации советской бедности является лейтмотивом статьи С. Ратиланен, основанной на анализе материалов издания «Крестьянка» с 1986 года по сегодняшний день. Столкновение советских идеологических традиций и новых стандартов потребления на страницах журнала порождает культурную ностальгию, умело используемую в качестве двигателя рекламных кампаний просоветских брендов, релевантных идеям «благополучной жизни» в современном социуме.

Финальные статьи сборника освещают вопросы, связанные с «идеальной» и реальной целевой аудиторией глянца. В фокус внимания М. Гудовой, И. Ракиповой и М. Литовской попали читатели, находящиеся, согласно данным маркетинговых исследований, за пределами верхней и нижней возрастных границ «потребителей» такого типа изданий. Дискурс «достойной старости» на страницах глянца носит эталонный характер бесед о толерантности к старшему возрасту либо о том, как избежать старости вообще и достигнуть «вечной молодости». При этом идеальная модель «стильного старения» конструируется исключительно в материалах интервью со «звездами» отечественного и зарубежного шоу-бизнеса. Авторы отмечают, что подобная «позитивная» эстетика характерна даже для тех публикаций, причиной которых является трагический случай, болезнь или смерть как стереотипизированные атрибуты старости. Полярными смыслами насыщена репрезентация образа «достойного будущего» в постсоветских изданиях для подростков. На фоне особенностей межпоколенческих отношений в постсоветской России глянцевые СМИ становятся мощным актором социализации подростков, выполняя при этом фактически противоречивые функции конструирования и деконструкции стереотипов, формирования и разрушения матрицы ценностей. Осуществляя «символическое сглаживание ментальных и социальных противоречий» [С. 284], такие издания транслируют заведомо упрощенную картину мира, мифологизируя возможности достижения «хорошей жизни» по универсальным рецептам.

В силу жесткой конкуренции между «социальными проблемами за обладание такими ограниченными ресурсами, как общественное внимание и пропускная способность средств массовой коммуникации» [Ясавеев, 2006. С. 115], современные масс-медиа становятся не только источником информации, но и агентом конструирования и интерпретации образа «достойной

жизни» как одного из индикаторов системы ценностей. Тем более актуальным представляется рецензируемое издание, отличающееся грамотной академической стилистикой текстов и доступностью излагаемого материала. Реконструируя пространство диалога средств массовой коммуникации и целевых аудиторий различных типов медиа-изданий, авторы сборника вскрывают дифференцирующую функцию СМИ, заключающуюся в (вос)производстве идентичностей различных социальных страт читателей. Уникальность издания заключена в возможности выйти на новый уровень рефлексии проблем благосостояния, качества, уровня жизни и шире — системы ценностных ориентаций и установок. Книга дает возможность понять роль, функции и влияние медиа-полей на процесс индивидуального и коллективного выбора в контексте столкновения ценностей различных сфер жизни.

### Список литературы

- Бек У.* Космополитическое общество и его враги // Журнал социологии и социальной антропологии. 2003. Т. 6. № 1. С. 24–53.
- Беляева Л. А.* Социальная стратификация и средний класс в России: 10 лет постсоветского развития. М.: Academia, 2001.
- Бурдые П.* Различение (фрагменты книги) // Экономическая социология. 2005. Т. 6. № 3. С. 25–48.
- Веблен Т.* Теория праздного класса. М.: Прогресс, 1984.
- Луман Н.* Реальность массмедиа. М.: Праксис, 2005.
- Тихонова Н. Е.* Средний класс: теория и реальность / Н. Е. Тихонова, С. В. Мареева. М.: Альфа-М, 2009.
- Шкаратан О. И.* Государственная социальная политика и стратегии поведения средних слоев. М.: ГУ ВШЭ, 2005.
- Ясавеев И. Г.* «Социальная проблема» в социологическом лексиконе // Социальная реальность: Журнал социологических наблюдений и сообщений. 2006. № 6. С. 101–117.
- Bauman Z.* Liquid modernity. Cambridge: Polity Press, 2000.

---

Мария Александровна Ворона  
канд. социол. наук, координатор проектов  
Центра социальной политики и гендерных исследований, доцент кафедры  
социальной антропологии и социальной работы  
Саратовского государственного технического университета  
электронная почта: mariya.vorona@socpolicy.ru

---