

НОВЫЕ КНИГИ ПО СОЦИАЛЬНЫМ НАУКАМ

Н.В. Веселкова

ДОСТОЙНАЯ ЖИЗНЬ И СЧАСТЬЕ

**Образ достойной жизни в современных российских СМИ: Сб. ст. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2008. — 288 с.
ISBN 978-57525-1821-8**

Сборник статей «Образ достойной жизни в современных российских СМИ» продолжает галерею достойных изданий, подготовленных усилиями команды уральских ученых — Елены Трубиной, Марии Литовской и др.* Книга создана по результатам российско-финского проекта «Создавая “достойную жизнь”. Постсоветские идентичности в российских СМИ 1980–2006» (2006–2008 гг.), в число редакторов-составителей вошли и финские коллеги Ирина Савкина и Арья Розенхольм. В июне 2007 г. в рамках этого проекта в Уральском госуниверситете (УрГУ) прошел научный семинар «Образ достойной жизни в российских СМИ», в котором принимали участие представители СМИ, российские и финские ученые. Это тот (пока?) нетипичный случай, когда в нестоличный Екатеринбург с удовольствием едут западные исследователи, в чем состоит отдельная заслуга организаторов. (Мне кажется, немало уральцев, как и я, испытывают прилив патриотических чувств, встречая в солидном издании слова благодарности, например, Сергея Ушакина организаторам конференции «Семья как поле битвы: социальные симптомы и экзистенциальные тупики» в 2002 г. в УрГУ Марии Литовской, Елене Трубиной, Ольге Шабуровой) (Ушакин 2004: 52).

* В 2004 г. редакционной коллегией в составе М. А. Литовской, Е. Г. Трубиной, О. В. Шабуровой выпущен сборник (именно статей, а не тезисов) по материалам конференции «Детство как культурный перекресток: на пути к самоидентичности» (Мальчики и девочки.... 2004).

Достойная жизнь в кавычках выглядит довольно зловеще, особенно в отблесках нового кризиса (во многих статьях сборника важной точкой отсчета являются кризисные перестроечные годы). Когда несколько лет назад моя подруга была на стажировке в Лондоне, английские коллеги показали ей газетную заметку, где говорилось, что русские не способны испытывать счастье. Счастье и достойная жизнь — конечно, не одно и то же. Размышления о достойной жизни, тем не менее, видятся как подступы к пониманию счастья. Именно такую рамку референции обозначают редакторы-составители ссылкой на одного из «ведущих современных специалистов по вопросам счастья» Руута Винхувена. В работе 2001 г. этот голландский социолог объяснял склонность современных русских считать себя несчастными вполне прозаическими экономическими и политическими причинами, возникшими на сломе эпох. Участники проекта, однако, имеют в виду и другую объяснительную гипотезу (антрополога Нэнси Рис), согласно которой ламентации — сетования на жизнь — являются типичным для российских людей культурным ритуалом. Возможно, своеобразным ритуалом всей западной цивилизации Нового времени является стремление к счастью*?

То, что достойная жизнь закавычена и изучается не как таковая, а в преломлении масс медиа, может прочитываться как указание на исследовательский подход, сфокусированный на том, как явление конструируется. СМИ здесь выступают в качестве одного из игроков и в то же время средств конструирования. Современные СМИ, поясняют редакторы-составители, — это активный культурный агент. Медiateксты, конечно же, являются продуктом и частью определенного контекста, при этом они активно его формируют и изменяют. Активность СМИ в деле «формирования ценностных представлений, которые являются частью идентичностей и идеалов и для тех, кто их создает, и для тех, кто их потребляет» (с. 8) в книге не проблематизируется, а берется в качестве исходного допущения. Сам по себе этот тезис весьма провокативен, но его обсуждение вылилось бы совсем в другую историю. Скажем, о том, каков механизм репрезентации и формирования журналами и другими СМИ тех самых ценностных представлений.

Авторы пытаются построить идеальный тип достойной жизни — заземлить идеал или просто его сформулировать? Или объединить, соотнести разные образы? Скорее, в сборнике представлены разные измерения (не)достойной жизни, из которых выделю пять.

* Такую идею выдвигает Паскаль Брюкнер в своем эссе о принудительном счастье. Думается, этот угол зрения открывает новую перспективу для дальнейшего исследования темы. См.: (Брюкнер 2007).

1) Региональное или даже екатеринбургское измерение.

В статьях Юлии Пикулевой и Ольги Шабуровой (УрГУ) Екатеринбург предстает «центром потребительского притяжения», благодаря чему «и вдалеке от столицы России оказываются востребованными глянцевого издания» (Пикулева, с. 45), а «рамки региональной идентичности для екатеринбуржцев сегодня очень часто определяются через новое позиционирование города как потребительской столицы всего Урало-Сибирского региона» (Шабурова, с. 226). Но не бутиками едиными жив Урал, хорошо различима гордость за студенческое стройотрядовское движение: Свердловская область — единственная в стране, где оно не прерывалось даже во время перестройки. «Почти вся деловая и политическая элита города и области старшего поколения имеет стройотрядовское прошлое» (Шабурова, с. 233).

2) Семантическое измерение. Анализ значений достойного в современном российском обществе вскрывает противоречие «нравственное достоинство vs достаток».

Филологи УрГУ Ирина Вепрева, Наталия Купина, Ольга Михайлова отмечают текущее расширение сочетаемости слов «достоинство», «достойный». Одним из результатов этого процесса, отражающего «перестройку культурно-ценностных предпочтений россиян», и стало распространение словосочетания «достойная жизнь». И. Вепрева и Н. Купина предполагают, что впервые оно появилось лишь в Конституции РФ (1993 г.)! Стержнем нового российского дискурса, по утверждению СМИ, «стала мысль о попоранном достоинстве народа... новая национальная ментальность основана на чувстве собственного достоинства», пишет профессор кафедры риторики и стилистики русского языка УрГУ О.А. Михайлова (с. 30).

Илкка Пиетиля и Ольга Шек (университет г. Тампере) исходят из того, что достойная жизнь подразумевает прежде всего материальное благополучие: «Хотя материально достойная жизнь доступна для некоторых групп населения, психологически и ментально хорошая жизнь не достижима ни для кого» (с. 124). Достойная жизнь как материальное благосостояние, достаток — это «социально маркированная идеология», заключает Ю. Пикулева, раскрывая интересную коллизию. Понятая всего лишь как материальный достаток, достойная жизнь не интересует «активных деловых людей»! В их понимании это существование на уровне ниже среднего, характерное для социально незащищенных людей. Взамен «достойной» выдвигается формула «полной» жизни, которая для героев журналов типа «Стольник» означает неограниченные возможности, разнообразие благ, когда невозможное возможно.

3) Трудовое измерение наталкивается на коллизию, обусловленную тем, что труд никак не вяжется с гламуром.

Татьяна Круглова (УрГУ) объясняет, что выход на историческую арену нового субъекта — трудящегося — сопровождалось в XX в. формированием принципиально нового образа жизни, который должен был нормироваться «как позитивный и достойный» (с. 57). Литературно-художественный дискурс массовых советских журналов (из которых Т. Круглова выбирает для изучения «Работницу» и «Крестьянку» 1968–1978 гг.), репрезентирующих «достойную жизнь» человека труда, зиждется на двух установках. Во-первых, представить рабочего как универсального человека и, во-вторых, лишить производимый продукт рыночной цены, чтобы перенести ценность на процесс труда. Емкие точные формулировки статьи как будто предназначены для того, чтобы их растащить на цитаты: «Содержание соцреалистического гипертекста центрируется вокруг человека труда. Задача всех журнальных жанров — сделать интересными рутинные и физически тяжелые виды деятельности, чтобы удержать людей на своих рабочих местах, создать им основу самоуважения» (с. 62). Постсоветские журналы (исследовательница останавливает свой выбор на «Деловом квартале») замещают «труд» «делом». Если «советская культура строилась вокруг нового человека», то нынешний дискурс безличен, — подчеркивает Круглова, — и «построен на фрагментировании сфер жизни на труд, отдых, образование, семью» (с. 68). Объяснительная рамка построена на беспроигрышном структуралистском противопоставлении «горячего труда» и «холодного дела».

Ольга Шабурова также пишет о том, как труд запрягается за кулисы современными журналами, освобождая сцену потреблению. На примере журнала «Бизнес и жизнь» показано, как *трудные* истории успеха гримируются под формат глянцевого издания.

4) Измерение, связанное со здоровьем, развернуто представлено благодаря участию исследователей отделения общественного здравоохранения университета г. Тампере: П. Аарва, М.В. Бондарик, И. Пиетия, О.С. Шек.

Используя электронную базу текстовых документов «Интегрум», И. Пиетия и О. Шек рассматривают специфику употребления слова «стресс» в российских газетах с начала 1990-х гг. В этот период стали обычными формулировки, рисующие все современное российское общество как находящееся в состоянии стресса. И богатых, и бедных объединяет отсутствие уверенности в завтрашнем дне. Нередко газеты обсуждают стресс в связи с ухудшением здоровья населения. Авторы находят в анализируемых публикациях подтверждение характерному для

работ по общественному здоровью феномену: разговоры о стрессе практически не затрагивают механизмов его негативного воздействия.

Марина Бондарик (университет г. Тампере) на материале российских газет построила свое исследование мнений и «манифестаций», связанных с национальным проектом «Здоровье». Единицей анализа, указывает Бондарик, послужили заглавия, первые два абзаца или первые 100 слов газетных статей, поскольку, согласно западной модели освещения новостей, ожидается, что самое значимое содержание статьи находится в ее заглавии и во введении. Сердце методиста порадует четкое обоснование выбора метода анализа (актантной модели А. Греймаса в рамках структурно-семиотического подхода, а также фреймового анализа), исходящее из того, что в основе текста газетных публикаций лежит нарративная структура с ключевыми героями (актантами) и их функциями.

Идея нацпроекта «Здоровье» — улучшение качества жизни — в медианпространстве теряется за частными задачами вроде проведения диспансеризации. Сами цели (качество жизни, благосостояние, улучшение демографической ситуации) представлены через своих негативных двойников — демографический кризис. «Читатель получает информацию, противоположную изначально заявленной Правительством» (с. 86).

Ольга Шек и Паулиина Аарва анализируют дискуссию об употреблении алкоголя в российских газетных публикациях середины 1980-х и 2000-х гг., также в контексте общественного здоровья.

К этому измерению, несколько волюнтаристски, я бы отнесла и статьи исследователей из университета г. Тампере об акцентах достойной жизни в дискурсах о природе (А. Зеленин), о животных (А. Розенхольм) и туризме в Финляндию (И. Савкина).

5) Темпоральное измерение включает соотнесение советского прошлого и постсоветского настоящего и будущего, которое так или иначе присутствует во многих статьях сборника.

И. Вепрева и Н. Купина выявляют «темпоральную композицию» словосочетания «достойная жизнь», функционирующего «как фундаментальная идеологема Новейшего времени: ...продленное настоящее, устремленность в благополучное безбедное будущее» (с. 39). С. Ратилайнен на материалах журнала «Крестьянка» за 1986–1990 и 2001–2007 гг. пытается проследить, как «расширяются взгляды на прошлое и... более концентрированными становятся ожидания, ориентированные на будущее» (с. 238). Ностальгия — вот на чем профитирует этот журнал. Александр Зеленин (университет г. Тампере) показывает: понятие природы, став «одним из лингвориторических элементов советского “новояза”»,

работало на рациональность, прогнозируемость и планомерность в освоении будущего. На материалах журнала «Наука и жизнь» А. Зеленин прослеживает изменения природы как культурного конструкта с советских времен и до эпохи консюмеризма.

Другой темпоральный аспект — спешка и нехватка времени. И. Пителия и О. Шек обратили внимание на то, что капиталистическое устройство общества связывалось в газетных материалах именно с таким стрессогенным ритмом, причем «данный феномен обсуждался как типичный именно для России» (с. 125).

Модусы социального времени воплощаются в поколениях. Маргарита Гудова и Ирина Ракипова (УрГУ) анализируют представленность в глянце старшего поколения. Статья Марии Литовской (УрГУ) посвящена анализу образов достойного будущего, достойной женственности в девичьих журналах типа «Girl», «Oops!». Внимание читателя привлекается к парадоксу сделанной естественности: «девочке открыто предлагается исполнять какую-то одну из ролей ... Достижение “искусственной” естественности, облегчающей жизнь, навязывается как своеобразный жизненный “проект”» (с. 278). Наличие разных моделей естественного поведения, вообще инструментальность социального облика болезненно воспринимается старшим поколением, да и весь подростковый глянец чаще всего оценивается негативно (здесь М. Литовская привлекает данные А.С. Кетовой).

Целеориентированный тип действия, свойственный журнальным текстам, выводится автором как западный, российский же — как ценностно-ориентированный, на этом строится вся межпоколенческая интрига. Послание девичьих СМИ содержит противопоставление с советским: мы выбираем естественность, тогда как наших матерей заставляли казаться (с. 280). В итоге имеет место неотрефлексируемый отказ от прошлого, а под модной маской естественности прячутся слегка подрихтованные «патриархатные нормы природной женственности» (с. 282).

В своих суждениях М. Литовская пытается уйти от огульной критики, в которой «молодежные СМИ заведомо демонизируются» (с. 276), их содержание пытаются объяснить заговором против традиционной русской духовности. Между тем риторика разрыва между поколениями в ее статье самоподрывается следующим противоречием. Коль скоро редакторы молодежных изданий остались по ту же сторону, что и мамы, учительницы, тренеры — оторванными от своих дочерей, учениц, читательниц, — то кто же предлагает последним «новые модели поведения»? Демонизированная «современная массовая культура» — гиперсубъект, который акторствует сам по себе. Что касается представлений о духов-

ности, на основании проведенного анализа автор приходит к выводу, что они меняются в пользу «динамичной глубокой реакции на мир, склонности к самопознанию и саморазвитию» в ущерб жестким моральным образцам (с. 283). Утверждая, что журналы для подростков «ориентируют на жизнь как бы мимо реального состояния общества» (с. 284), автор как бы призывает «социально ответственных взрослых» присоединиться к коалиции знатоков реального. Мол, мы-то знаем, как все устроено, а глупышкам-подросткам морочат мозги. Не слишком изящная подмена: с обсуждения подростковых девичьих журналов автор соскальзывает на выводы о женском — неженском. Обсуждение проблем социальной ответственности и т. п., говорит Литовская, «всегда оказывается за границами подобного рода изданий, тем самым они заведомо маркируются как неженские» (с. 282). Может быть, как неподрастковые или, скажем, неглянцевые?

Статью Елены Трубиной (УрГУ) труднее всего отнести к какому-либо из обозначенных пяти измерений. Видимо, потому, что в ней нарушается привычная схема (эмпирические материалы — конструкты (будь то успех или стресс, здоровье или деньги), через которые выводится образ достойной жизни — теоретическая рамка) и на первый план выходит озабоченность объяснительными возможностями теории. Убийственная, по Бодрийяру, повсеместная эстетизация «субъектов, предметов и интерьеров» (с. 217) подвергается анализу на материалах глянцевого издания о строительстве, ремонте и обустройстве жилищ, дополненных интервью с их читателями. Е. Трубина ищет там то же, что и другие участники данного проекта, — дискурсы ценностей, вовлеченных в практики потребления.

Между тем герой ее текста — не потребитель и не журнальный манипулятор. Это академический наблюдатель, расстроенный уценкой авторства и нехваткой мощностей критической теории, потребных для страховки от импульсивных покупок «красивого» как «правильного». Тоска по новизне, оригинальности, признанию пронзительно звучит в таких, например, констатациях: «Уникальность авторства обесценивается, интеллектуальный вызов сложных произведений повисает в пустоте и остается без ответа» (с. 221). Изысканно метафоричная методология предлагает читателю определиться между жгучей луковой зеленью критической теории в лице Хоркхаймера и Адорно и всеохватными кожаными сумками концепций Бодрийяра (или вырваться из этих пут?). Так, по худшему сценарию культуриндустрия вытесняет за ненадобностью собственные представления людей о счастье: «ценности властвующих сознательно и успешно навязываются подчиненным, лишая их возможности сопротивления» (с. 220). Более оптимистичный сценарий «семио-

тической демократии», предложенный Джоном Фиске в конце 1980-х гг., не настаивает на неизбежности превращения людей в культурных зомби.

Постмарксистский анализ потребления имеет свою систему исходных допущений и установок, своих е2 — е4. Это маяки, которые направляют игру, ее развитие в общем-то предсказуемо придет к выводу о порабощении — отчуждении — зомбировании. Если принимать это во внимание, то разочарование автора в возможностях обсуждаемых подходов выглядит несколько чрезмерным.

Рецензируемый сборник, несомненно, пробуждает или возрождает интерес к анализу печатных СМИ, начиная со старого доброго контент-анализа и заканчивая актантной моделью Греймаса. Авторы рассматривают преимущественно печатные медиа: газеты и журналы. Интернет- и телепродукция фигурирует реже: в статье Н. Михайловой идет речь о телевизионных реалити-шоу, в работе И. Савкиной в дополнение к карельским газетам характеризуются сайты турагентств. Среди методов сбора информации встречается интервью: И. Савкина обратилась с вопросами к 15 туроператорам, а также провела 8 полуструктурированных интервью с посетившими Финляндию петразаводчанами, которые используются для сопоставления с материалами прессы, Е. Трубина упоминает интервью с 18 читателями анализируемых ею журналов. М. Литовская приводит данные опросов других авторов об оценке девичьих журналов. Использование разных способов получения первичной информации (источниковая, методическая триангуляция) давно зарекомендовало себя как мощное средство эмпирического изыскания. Возможно, в силу ограниченного размера статей те авторы, которые прибегли к этому трудоемкому способу, оставили его без комментариев, которых заслуживает использование разнотипных данных.

Обращение к СМИ актуализирует и многочисленные трудности такого рода исследований. Остановимся на двух. Первое — выборка источников. Здесь бросается в глаза тщательность, с какой участники проекта с финской стороны документируют, какие СМИ и почему избраны для обсуждения. Так, например, А. Розенхольм выдвинула три причины, по которым она выделила журнал «Pets» среди ряда подобных, М. Бондарик поясняет, что избранные ею 6 газет «отражают интересы различных целевых групп и имеют большие тиражи» (с. 77) и приводит таблицу с количеством анализируемых статей из каждой газеты, подобная таблица есть и у О. Шек и П. Аарва. В статьях соотечественников не сразу можно понять, какие СМИ составляют эмпирическую базу, не говоря уже о критериях отбора.

Вторая сложность возникает из простого вопроса: а кто, собственно, те люди, что используют изучаемые газеты, журналы, телепередачи, а главное, как они это делают? Желая пробиться к ценностям, исследователи нередко упускают из виду, какую долю занимают анализируемые СМИ в структуре медиапотребления целевой аудитории. В некоторых случаях вопрос решается указанием на тиражи и уровень продаж, ссылками на опросы потенциальной аудитории, в других просто игнорируется.

Аудитория-адресат во многих статьях упоминается весьма настойчиво, почти как заклинание, в ряде случаев вызывая ощущение нестыковки, если не подтасовки, подмены. «Журнал создан для тех, кто достиг успеха или стремится к успеху в бизнесе, культуре, спорте, кому интересны проблемы, тенденции, достижения в разных сферах жизни города. Это люди, которые хотят жить лучше, богаче, интереснее. Само описание целевого адресата уже задает философию успеха, победы, которой живет редакция (прежде всего ее менеджерская часть, регулярно проходящая разнообразные тренинги). Ориентирование на обеспеченную мужскую аудиторию от 25 до 45 лет обязывает издание отражать на своих страницах ценности именно этой, занимающей активную жизненную позицию категории адресата. Что же кажется достойным для этой аудитории?» (с. 46–47). Философия, которой живет редакция, приписывается адресату на том основании, что она ему адресуется! Что это, как не апофеоз социального конструирования реальности в самом дурном смысле слова?

Адресная группа не просто лепится и наделяется определенными чертами, как если бы это была гомогенная социальная общность, она еще и приравнивается к группе потребителей. Не нужно быть искушенным маркетологом, чтобы узреть разницу между той аудиторией, которой продукт адресован, и реальными потребителями. Из того, что на страницах издания не появляется словосочетание «достойная жизнь», делается вывод, что слово «“достойный”» не входит в активный запас словаря читателей (с. 47). Вопрос: «насколько актуально для... читательской аудитории понятие *достойная жизнь*», отождествляется с тем, «Что же, по мнению редакции, достойно внимания избранных?» (с. 51). Словесная эквилибристика позволяет автору признавать: «Журнал *Стольник* формирует в региональной потребительской элите философию “дольче вита”, философию “сладкой жизни”, философию внешности» и уже через предложение заявлять: «Колонки редактора... отражают потребительно-развлекательный культурный модус целевого адресата издания» (с. 53), далее журнал позиционируется именно как отражатель. Сам формирует, сам отражает по принципу: «я его слепила из того, что

было, а потом что было, то и полюбила». Вполне возможно, что серьезные издания отслеживают информацию об «отражаемой группе», однако нигде в сборнике подобные практики или данные не фигурируют.

Подзаголовок цитированной статьи гласит: «В поисках идентичности адресата», и автор Юлия Пикулева, конечно, понимает, что это «идеалы редактора воплощаются в прямо или косвенно сформулированных оценках и передаются читающей аудитории» (с. 55).

Диалектика — испытанный прием и для того, чтобы разобраться (кто кого отражает, а кто кого формирует), и для того, чтобы уйти от сложного вопроса. Языковая среда глянцевого журнала «заточена» под определенного целевого адресата, а потому отражает и, в свою очередь, формирует «мировоззрение и метаязык этого субъекта», заключает Ю. Пикулева (с. 55). О. Шек и П. Аарва считают СМИ значимым актором в формировании имиджа алкоголя в обществе: «Данный дискурс отражает и одновременно создает культурно разделяемое понимание ценности алкогольной продукции...» (с. 89), Е. Трубина полагает, что «в журнальных посланиях сплетены до неразличимости превалирующие настроения людей и коммерческие стратегии владельцев изданий» (с. 24).

В сборнике соседствуют разные типы письма. Унифицированный академизм научных журналов, когда материал организован по рубрикам: источники и методы, методология, результаты; четко выделены цель, задачи, иногда и гипотезы, контрастирует со статьями, которые лишены подобных формальностей. Они больше напоминают вольный поток сознания презревших методические условности писателей. Полагаю, именно он заставляет тексты искриться, вызывает на сопереживание или спор гораздо сильнее, чем пресная констатация. Подчеркнутая беспристрастность одних текстов кажется просто стерильной на фоне неприкрыто оценочных пассажей других. Так, например, у О. Шабуровой: «эти истории заражают страстью, одержимостью, жизнелюбием героев» (с. 235), «...с его [журнала «Бизнес и жизнь»] героев “хочется делать жизнь”» (с. 237). Под стать страстям и экзистенциальная глубина исследовательских вопросов: «Как советский опыт присутствует в жизненных стратегиях — преодолен или особым образом аккумулирован?» (с. 231).

Лично мне импонирует заинтересованность, личностная, эмоциональная вовлеченность авторов. Вместе с тем, порою трудно избавиться от ощущения интеллектуального брюзжания. Речь идет не о том, может / хочет / должна ли наука быть ценностно-нейтральной (свободной от оценки, по М. Веберу), а о том, чтобы не уподобляться самодовольным сведущим невеждам (про таких Х. Ортега-и-Гассет говорил — тяжелый случай). Конечно, невозможно все эмпирически подтвердить и дока-

зывать, нужно от чего-то отталкиваться. Между тем элементарная методическая упорядоченность (Г. Башляр) требует эксплицировать исходные установки. Погружение на большую глубину без академических страховок чревато неприятностями. Двусмысленные фразы, подмены и необоснованные обобщения, — все то, что делает исследовательскую логику непрозрачной и недоступной проверке. Вполне возможно, для кого-то из читателей эти огрехи пройдут незамеченными, но уж точно не прибавят состоятельности изданию, номинированному как научное.

Итак, мы видели, что разговор об образах достойной жизни в СМИ вовлек в свою орбиту обсуждение глянца и консьюмеризма, переплетение ценностей и стандартов советского и постсоветского в нашей жизни. Словно калейдоскоп, общий текст сочетает в себе богатство тематик, методологий, стилей, полевых материалов и... заставляет задуматься: а что это за явление — современный научный сборник? Постмодернистский коктейль, весьма условно соединивший разнородные подходы формальной общей темой?

Да нет, статьи всерьез объединяет предмет исследования: достойная жизнь изобретательно, методично и кропотливо изучается с позиций каждого участника проекта, его школы и дисциплины. Иной раз даже кажется, что авторов неотступно преследует некий навязчивый — ценностный — мотив. Действительно, во вводной статье редакторы признают, что центральной «оказывается проблема циркуляции ценностей в современных российских массмедиа и их аудиториях» (с. 8). Как если бы ценности были предельной истиной, методологическим ключом (универсальной отмычкой: докопались до ценностей и все поняли) или служили оправданием для такого «мелкотемья», как гламур. (Увы, мне доводилось слышать с высоких трибун упреки в адрес ученых, которые тратят свои силы на такие недостойные предметы. Поддавшись моде, недалекие или беспринципные исследователи, по мнению хулителей, пытаются вознестись на гребне этой грязной пены.) Не вдаваясь в дискуссию о формировании научной повестки дня, хочу заметить, что «Образ достойной жизни...» — прекрасный пример глубокого и разностороннего рассмотрения предмета, включая пресловутый глянец.

Тогда, быть может, добротный научный сборник — это миниэнциклопедия, этакий карманный энциклопедический словарь по заявленной теме? В отличие от узкоспециализированных изданий, компактные статьи сборника представляют собой скорее междисциплинарный полилог и вполне доступны для восприятия и не профессиональными философами или филологами. Пожалуй, так, когда б не пара «но». Первое — это недопустимо быстрое устаревание предполагаемой энциклопедии. Когда создавалась эта книга, ничто не предвещало финансового кризи-

са, который, конечно, актуален для медийных репрезентаций достойной жизни. Верно ли, что скоротечность социальных реалий грозит уравнивать продолжительность жизни научных текстов и газетных заметок? Думаю, что все же нет. И опять этот сборник демонстрирует, как наука способна продуцировать — нет, не горячие репортажи, ценные моментальной фотографичностью с места событий, но горячие осмысления в смысле живой глубины, проблематизирующей и объяснительной силы. Второе возражение против энциклопедичности — это личностный, дисциплинарно и методологически пристрастный взгляд авторов.

Вероятно, лучшей метафорой современного научного сборника, такого, как «Образ достойной жизни...», будет веер — спектр. Веер возможностей исследования, спектр, который расширяет и обогащает обычный взгляд, как если бы читатель обрел прибор ночного видения или, не будучи художником, стал различать доступные лишь профессионалу оттенки и полутона.

Литература

Брюкнер П. Вечная эйфория: Эссе о принудительном счастье / Пер. с фр. Н. Малевич. СПб.: Изд-во Ивана Лимбаха, 2007 [2000].

Мальчики и девочки: реалии социализации: Сб. статей. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2004.

Ушакин С. Место-имени-я: семья как способ организации жизни // Семейные узы: Модели для сборки: Сборник статей. Кн. 1. / Сост. и редактор С. Ушакин. М.: Новое литературное обозрение, 2004.