

# САМОСОЗНАНИЕ И ИДЕНТИФИКАЦИЯ

К.К. Ельцова

DOI: 10.7256/1999-2793.2014.8.12005

## «КАЧЕСТВЕННЫЕ» МЕДИА ДЛЯ «ОБРАЗОВАННОГО МЕНЬШИНСТВА»: АНАЛИЗ ДИСКУРСА ОБ ЭЛИТАРНОСТИ В РОССИЙСКИХ НОВЫХ МЕДИА

**Аннотация.** Статья посвящена исследованию медиа-репрезентаций “элитарности”, предъявляемых в качестве нормативных образцов Интернет-изданиями, которые позиционируют себя как СМИ, обращенные к наиболее образованной и квалифицированной прослойке современного российского общества. Речь идет о таких проектах как Afisha.ru, Vg.ru, Lookatme, Openspace (2008-2012), W-O-S, Colta, Esquire, Snob. Исследование проведено на материалах корпуса десяти обширных бесед-интервью, опубликованных изданием Afisha.ru и посвященных изменениям (резонансные увольнения главных редакторов, смена редакционных форматов и т.п.), происходившим в поле медиа-сегмента с началом и в контексте общественных протестов 2011-2012 гг. в России. Методом анализа дискурса в качестве ведущего аналитического инструмента в исследовании впервые выявляются и систематизируются конкретные стратегии и механизмы конструирования образцов “элитарности”, представляемых в поле изучаемых источников. Обсуждается, каким образом исследуемый вариант элитистского дискурса сочетает в себе элементы дискурса об интеллигентности и интеллигентах (в различных его вариантах и модификациях) и одновременно представление о значимости экономического успеха и связанной с ним свободы потребительского выбора как опорных ценностях развитого общества.

**Ключевые слова:** элитарность, элита, элитистский дискурс, дискурс-анализ, медиа-репрезентации, социально-групповая идентичность, конструирование нормативных образцов, социокультурная общность, стиль жизни, потребительские практики.

Статья<sup>1</sup> является продолжением исследовательской работы<sup>2</sup>, посвященной анализу репрезен-

таций социальных иерархий в современных российских новых медиа.

В рамках представляемого исследования проблематизируются репрезентации социального отличия (distinction<sup>3</sup>), “элитарности”<sup>4</sup>, в изданиях

<sup>1</sup> Название статьи мне подсказали как общие наблюдения за источниками, так и, в частности, следующий пассаж из публикации на портале Snob.ru (этот online-проект отнесен в моем исследовании к “медиа для умных”): «Все статьи Ходорковского, считает Ковальский, можно назвать и публицистическими, и научными. Он выступает как аналитик и обращается не к широкому массам, а к экспертному сообществу, к властям, к мыслящей части общества. По мнению Ковальского, «у таких статей не может быть широкой аудитории. Не случайно все статьи Ходорковского размещены в так называемой качественной прессе, где аудитория с высоким образовательным цензом», материал «Максим Ковальский опубликовал статью Михаила Ходорковского в журнале “Коммерсантъ-Власть”», 16.06.2009. (<http://www.snob.ru/entry/3900?preview=print>).

<sup>2</sup> Ельцова К.К. «Семиотика избранности»: дискурс о моде

(по материалам приложения «Стиль» к газете «Коммерсантъ»): магистр. дисс. М.: МУНЦ «ВШЕК» РГГУ, 2010. С. 4–7.

<sup>3</sup> Bourdieu P. Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste, Harvard University Press, 1984, pp. 640. [Translated by Richard Nice].

<sup>4</sup> Элитарность в данном тексте я буду понимать:

- во-первых, как понятие, обозначающее определенный спектр практик, функция которых — символизировать принадлежность к элите, понимаемой как наиболее передовая и влиятельная часть общества;
- во-вторых, как понятие, которым в рамках моего исследования удобно (корректно и продуктивно) обозначать

лишь одного, определенного, медийного сегмента. А именно — речь идет о медиа<sup>5</sup>, которые, в большинстве своем, появившись во второй половине 2000-х и начале 2010-х гг., позиционируют себя и воспринимаются общественным мнением как издания, обращенные к наиболее образованной и квалифицированной прослойке современного российского общества. Если судить по предварительному анализу репрезентаций, к своей целевой аудитории рассматриваемые в качестве источников издания относят, прежде всего, представителей социальных групп, обладающих наибольшим в отечественном социуме культурным капиталом и функционально примерно соответствующих тому, что в советской риторике звучало как «творческая, научная и техническая интеллигенция» и стереотипно предполагало, что именно из этого слоя производится отбор в культурную, но не только, элиту страны<sup>6</sup>. [В актуальной российской действительности, особенно в последние год-два, данная социокультурная общность также часто обозначается/обозначает себя как «образованное сословие», «креативный класс», «состоявшаяся интеллигенция», «постинтеллигенция» и т.п.]

Притом, во многом, именно само по себе позиционирование — издание, рассчитанное на «избранную» аудиторию — видимо, позволяет подобным проектам претендовать и на то, чтобы восприниматься как обозначающий качество своей аудитории продукт. Таким образом, в рамках представляемого текста мы исходим из предположения, что характер позиционирования и дискурс рассматриваемых проектов о самих себе задает представления об особенностях целевых аудиторий подобных медиа как «элитарных» в обществе в целом.

Изначальным импульсом к нынешнему исследованию стало наблюдение, как раз и прежде всего на примере репрезентаций в издании «Афиша», относительно создания в поле исследуемого

---

тот спектр социально-групповых идентичностей, который конструируется и предлагается воображаемым целевым аудиториям анализируемых изданий в качестве нормативных образцов.

<sup>5</sup> Порталы Afisha.ru (и все тематические приложения/подразделения проекта после его редизайна и реструктуризации в конце 2013 года), Lookatme.ru и его приложения The Village, Hopes&Fears, Wonderzine, Furfur, Snob.ru, Colta.ru, Esquire.ru, Openspace.ru (2008-2012 гг.), W-O-S, bg.ru.

<sup>6</sup> Гудков Л.Д., Дубин Б.В. Интеллигенция: Заметки о литературно-политических иллюзиях. 2-е изд., испр. и доп. СПб.: Изд-во Ивана Лимбаха, 2009. 304 с. С. 3–4.

медиа-сегмента своего рода «параллельной реальности» — города для хорошо образованных и социально благополучных людей. Людей, у которых есть время и необходимый культурный бэкграунд для того, чтобы в полной мере приобщиться к возможностям интеллектуально-развлекательного досуга и практикам потребления, предлагаемым подобного рода СМИ. Собственно, и самоназвание сегмента, которым многие издания сегмента предпочитали обозначать себя изначально (примерно 2007-2008 гг.) — «интеллектуальный глянец»<sup>7 8</sup>, и сам факт появления формата на рубеже и в течение 2000-х гг., видимо, крайне симптоматичны, свидетельствуя о формировании в стране на протяжении прошедшего десятилетия «особого» класса просвещенных и европеизированных потребителей.

Общая гипотеза исследования, над которым мы в настоящий момент работаем, и частью которого является представляемая статья, заключается в том, что к подобным потребителям обращен определенный тип дискурса об элитарности, предлагаемый аудитории как модель социально-групповой идентичности. Судя по всему, речь идет о гибридной парадигме, сочетающей в себе, с одной стороны, элементы дискурса об интеллигентности и интеллигентах<sup>9</sup> или шире — людях творческого и интеллектуального труда, а с другой — представление о значимости экономического успеха и связанной с ним свободы потребительского выбора как опорных ценностях современного развитого общества.

Данная статья также посвящена вопросу о том, каким именно образом, при помощи каких дискурсивных стратегий и механизмов, доступных в поле новых медиа (а именно, на материале репрезентаций в Интернет-версии издания «Афиша»), конструируется обозначенный выше образец «элитарности».

Сообразно поставленному исследовательскому вопросу, с помощью метода анализа дискурса в

---

<sup>7</sup> А также — «качественные медиа», «медиа для продвинутой, качественной аудитории», «интеллектуальные медиа».

<sup>8</sup> Один из примеров — в материале «Поле само защищает себя» — интервью Марии Степановой (бывший главред Openspace.ru, сейчас — главред Colta.ru) Афише, июнь 2012. (URL: [http://www.afisha.ru/article/openspace\\_is\\_over/](http://www.afisha.ru/article/openspace_is_over/) [дата обращения к источнику — 25.04.2014]).

<sup>9</sup> Будь то апелляция к варианту, мифологии и эстетике, дореволюционной интеллигенции или советской, или даже «западного интеллектуала».

качестве ведущего аналитического инструмента, выявляются и систематизируются ключевые понятия исследуемого дискурса. При этом отдельное внимание уделено понятиям, семантически кодирующим смысл «элитарность». Анализируются также способы конструирования данного варианта «элитарности», задействующие упоминания различных мировоззренческих установок, аспектов жизненных стилей и повседневных практик, представляемых как нормативные. Эта часть анализа проведена с учетом особенностей презентации и саморепрезентации героев отобранных материалов<sup>10</sup> и предлагаемых ими стратегий (само)идентификации. Наконец, на основании полученных результатов сформулированы выводы относительно конкретных способов и механизмов конструирования образца «элитарности», представляемого в поле анализируемых источников.

Исследование дискурса об элитарности ведется на примере медиа-репрезентаций, которые, в соответствии с теоретико-методологическими основаниями направлений культурных исследований (cultural studies) и медиа исследований (media studies), обладают способностью определенным образом отражать и одновременно формировать социокультурные нормы<sup>11</sup>, специфичные для того или иного общества. Одной из ключевых особенностей подобных образцов является возможность создавать иллюзию существования однородных социальных общностей (например, «интеллигенция» или «креативный класс»), не существующих в подобном единообразии в наличной социальной действительности, а скорее, объединенных виртуально по принципу ситуативно совпадающих «наборов идентификаций»<sup>12</sup>.

Наиболее продуктивной для работы с поставленным исследовательским вопросом нам представляется комбинация подходов культурных исследований, в которой ведущим является метод

анализа дискурса<sup>13</sup>, дополняемый по необходимости оптикой и инструментарием визуальных, гендерных, нарративных и т.п. техник анализа комплексных аудио-визуальных текстов.

Работа ведется с материалами новых медиа (online-изданиями), поскольку пять из девяти проектов, относимых мною к сегменту «качественная пресса»/«интеллектуальный глянец», родились, развивались и существуют только в Интернете — Lookatme, The Village, Openspace, W-O-S, Colta. Интернет-версия проекта Сноб — snob.ru — является чуть ли не более популярной, нежели одноименный бумажный журнал; при этом портал snob.ru является отдельным медиа-проектом (одновременно — блог-платформой, социальной сетью и изданием, у которого есть редакция и редакционные статьи) и содержательно не тождественен журналу. Остальные проекты — «Афиша», «Большой Город» и 'Esquire' — изначально бумажные издания, но в разное время также обзаведшиеся Интернет-версиями. Притом к настоящему моменту портал afisha.ru разросся до четырех отдельных подразделений, посвященных соответственно афише городских развлечений, музыке, культуре и городской жизни, и существует, во многом, не как дополнение к бумажному журналу «Афиша», а скорее, как самостоятельное и влиятельное online-медиа. Проект «Большой город» с февраля 2014 г. существует только в качестве online-издания; выпуск бумажной версии приостановлен на неизвестный срок.

Одновременно работа исключительно с online-изданиями обеспечивает исследование удобством доступа к источникам, а также однородностью и соизмеримостью анализируемых материалов.

Возникновение и распространение исследуемых представлений об элитарности, равно как и, в целом, вопрос о способах репрезентации элитарности в современной отечественной культуре (в том

<sup>10</sup> К сожалению, работа с пользовательскими комментариями к отобранным материалам на момент написания статьи оказалась невозможной — в результате редизайна и/или реструктуризации online-составляющей издания «Афиша» в 2013 г., пользовательские комментарии к архивным материалам на сайтах этих изданий перестали быть доступными.

<sup>11</sup> Hall S. The Work of Representation // Representation: Cultural Representation and Signifying Practices, The Open University 1997, pp. 13-75; Зверева В.В. Репрезентация и реальность // Отечественные записки. 2003. № 4.

<sup>12</sup> Беседа с Верой Владимировной Зверевой в рамках семинара «Актуальные проблемы изучения медиа» при кафедре истории и теории культуры РГГУ, 29.11.2012.

<sup>13</sup> Дискурс, в соответствии с фукодианской традицией, в рамках данной работы понимается как тип и практика высказывания (естественно-языкового, визуального, высказывания-действия), за которым стоит определенное обусловленное индивидуальным и социально-групповым опытом, мировосприятие (одновременно конституирующее и порождающее сам дискурс). При этом одним из ключевых свойств дискурса являются правила и условия допуска к дискурсу/в дискурс тех или иных потенциальных участников. (Фуко М. Порядок дискурса // Фуко М. Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности. Работы разных лет / Пер. с франц. М., Касталь, 1996. 448 с.).

числе, в медиа), а, соответственно, оснований и правил причастности к элите, представляется особенно значимым в следующем исследовательском и общесоциальном контексте, актуальном для России в настоящий момент.

В широком смысле вопрос находится в поле изучения механизмов воспроизводства социального неравенства в современных обществах. Неравенство, если обратиться к одному из ключевых исследователей в данной области — Пьеру Бурдьё, носит системный характер, обеспечивая выходцам из наиболее привилегированных социальных групп априори лучшие шансы на успех и благополучие, нежели представителям других слоев социума<sup>14</sup> в силу большей доступности для первых разнообразных социальных ресурсов.

Притом в случае современного российского общества мы имеем дело с дополнительным измерением данной проблемы. Исходя из того, что в случае анализируемого медиа-сегмента речь идет о репрезентациях определенного типа “элитарности”, важным аспектом исследовательской проблемы становится вопрос о том, как наблюдаемый дискурс об элитарности соотносится с фактическим системным нарушением воспроизводства в современной России элиты, которая формировалась бы в соответствии с принципами меритократического отбора<sup>15</sup>.

Одновременно, несмотря на многочисленные исследования проблем отечественной элиты представителями социологических, экономических и политологических дисциплин, исследования репрезентаций идеи “элиты” и “элитарности” в российских новых медиа представлены на данный момент небольшим числом работ. Так, к настоящему моменту существует ряд исследований по проблемам конструирования в российской культуре социальной идентичности<sup>16</sup> аудитории, которая

полагается целевой в случае рассматриваемых источников. Среди этих работ есть и те, что посвящены репрезентациям «элитарности» в новых медиа. Например, публикации ‘The Faces and Spaces of a Russian Culture-News Portal: [www.openspace.ru](http://www.openspace.ru)’<sup>17</sup> Эллен Руттен (Ellen Rutten) и ‘[www.snob.ru](http://www.snob.ru): A Social Network Site for the Elite’<sup>18</sup> Тине Рёзен (Tine Roesen), в которых анализируются два из так или иначе попадающих в медиа-сегмент издания — Openspace и Snob. Однако авторы этих двух статей ограничиваются, пусть основательным, но все же, простым перечислением основных функциональных и визуальных характеристик изучаемых порталов, не приводя систематизации и интерпретации смыслов, создаваемых в поле источников.

Таким образом, на момент проведения исследования не удалось обнаружить подробных аналитических работ, посвященных изучению методами качественного анализа, и конкретизируя, методом дискурс-анализа проблематизируемого в статье типа социально-групповой дистанции и идентичности (“элитарности”), а также способов ее репрезентации в современных российских новых медиа. Уточнение относительно метода работы принципиально в данном случае, так как большинство исследований проблем социального неравенства в России, в том числе, вопросов формирования элит, ведется методами количественного (статистического и контент-) анализа<sup>19</sup>, что

---

in Language and in Culture, состоявшейся 26–25 октября 2013 в Центре принцессы Дашковой Эдинбургского университета. (<http://www.ed.ac.uk/schools-departments/literatures-languages-cultures/dashkova/research-resources/middle-creative-programme>).

<sup>17</sup> Rutten E. The Faces and Spaces of a Russian Culture-News Portal: [www.openspace.ru](http://www.openspace.ru), Digital Icons: Studies in Russian, Eurasian and Central European New Media, № 6 (2011): 93–103.

<sup>18</sup> Roesen T. [www.snob.ru](http://www.snob.ru): A Social Network Site for the Elite, Digital Icons: Studies in Russian, Eurasian and Central European New Media, № 6 (2011): 81–92.

<sup>19</sup> Назову лишь некоторые исследования подобного типа: например: Хахулина Л. Субъективные оценки социального неравенства: результаты сравнительного международного исследования // Общественный разлом и рождение новой социологии: двадцать лет мониторинга / Под ред. Л.Г. Гудкова, Б.В. Дубина. М.: Litres, 2013. С. 465–485; Шабанова М.А. Проблемы встраивания рынка в «нерыночное» общество // Социологические исследования (СОЦИС). 2005. № 12. С. 33–45; Беляева Л.А. Материальное неравенство в России. Реальность и тенденции // Социологические исследования. 2007. № 11. С. 29–41; Крыштановская О.В. Формирование региональной элиты: принципы и механизмы // Социологиче-

<sup>14</sup> Бурдьё П. Формы капитала (пер. М.С. Добряковой) // Экономическая социология. 2002. Т. 3. № 5. С. 61–63.

<sup>15</sup> Имеется в виду такая элита, в основе формирования которой лежал бы меритократический принцип отбора (подразумевающий профессиональные достижения индивида в той или иной области базовым критерием доступа к ведущим социальным позициям). Тезис об отсутствии в стране эффективного механизма воспроизводства социальной элиты основан на исследовании авторитетных отечественных социологов Юрия Левады, Льва Гудкова и Бориса Дубина «Проблемы элиты в сегодняшней России». (Гудков Л., Дубин Б., Левада Ю. Проблема элиты в сегодняшней России. М., 2007).

<sup>16</sup> Например, исследования, представленные на конференции ‘Middle’ and ‘Creative’: Emerging Russian Social Groups

позволяет ученым зафиксировать факт, степень или даже характер отличия, однако не дает возможности реконструировать логики и стратегии его воспроизводства в культуре, в частности в медиа, имеющих в современном мире исключительное влияние на людей.

Соответственно, значимость исследования заключается в том, что оно позволяет лучше понять процедуры и смыслы, характерные при продуцировании социального отличия и дистанции средствами новых медиа. Более того, в данном случае речь, видимо, идет о социокультурной общности, которой в России исторически приписывается функция интеграции общества и ответственность за формирование этических норм и объединяющих категорий для всего социума<sup>20</sup>, и которая претендует после событий декабря 2011 г. на серьезное влияние в отношении социально-политического климата в стране в целом. (По крайней мере, в символическом пространстве и в коммуникации России с международным сообществом.) Поэтому исследование представлений данной общности об основаниях собственного социально-группового отличия и общесоциальных функциях, подобное отличие обеспечивающих и легитимирующих, важно для понимания, в том числе, возможных сценариев развития ситуации в стране.

### **Принцип отбора круга источников и публикаций для анализа**

В целом, к наиболее влиятельным и известным online-СМИ сегмента «качественные медиа/СМИ»<sup>21</sup>

/ «интеллектуальные СМИ»<sup>22</sup> / «интеллектуальный глянец»<sup>23</sup>, косвенно или прямо заявляющих об «элитарности» своих аудиторий (целевых/воображаемых и/или реальных) в диссертационном исследовании, частью которого является представляемая статья, отнесены следующие online-проекты или online-составляющие бумажных изданий: «Афиша» ([www.afisha.ru](http://www.afisha.ru)), разделенная с конца 2013 г. на ряд приложений — <http://volna.afisha.ru/>, <http://vozduh.afisha.ru/>, <http://gorod.afisha.ru/>, <http://mag.afisha.ru/>; Esquire ([www.esquire.ru](http://www.esquire.ru)); Lookatme ([www.lookatme.ru](http://www.lookatme.ru)) и ряд его приложений: The Village ([www.the-village.ru](http://www.the-village.ru)), Hopes&Fears (<http://www.hopesandfears.com>), Furfur (<http://www.furfur.me>), Wonderzine (<http://www.wonderzine.com>); Openspace ([www.openspace.ru](http://www.openspace.ru)), архив за 2008-2012 гг.; W-O-S ([www.w-o-s.ru](http://www.w-o-s.ru)); «Большой Город» ([www.bg.ru](http://www.bg.ru)); Colta.ru ([www.colta.ru](http://www.colta.ru), с 2012 г.); «Сноб» ([www.snob.ru](http://www.snob.ru)).

Основным критерием при составлении приведенного списка стали наблюдения относительно частоты ссылок отобранных изданий (или их авторов и создателей) друг на друга как на дружественное, качественное, вызывающее симпатию и доверие, т.е. ориентированное на образованную, схожую по вкусам и мировоззрению аудиторию<sup>24</sup>.

«Коммерсантъ-Власть», 16.06.2009. (<http://www.snob.ru/fp/entry/3900?preview=print>).

<sup>22</sup> «...если вернуться к разговору о конце интеллектуальных СМИ, о котором теперь все рассуждают...», материал «Разговоры о медиа: Максим Ковальский и Михаил Зыгарь», издание «Афиша», 03.08.2012. (<http://gorod.afisha.ru/archive/media-kovalski-zygar>).

<sup>23</sup> Собственно название формата — ‘интеллектуальный глянец’ — я услышала впервые от генерального директора «АРТМЕДИА ГРУПП» Максима Маслакова, когда брала у него интервью для журнала «Арт-Менеджер» в 2008 году. Правда, он этот термин относил, прежде всего, к журналам ‘Black Square’ и ‘Art+Auction’. Также употребление термина — пост «Сергей Мостовщиков о перспективах интеллектуального глянца» в Живом Журнале, январь 2008 (<http://volk.livejournal.com/846632.html>) и интервью с Артемием Троицким в журнале «Красивые люди», март 2010 (<http://www.sayen.ru/ob-otele/prensa-o-kompanii/intervyu-s-artemeem-troitskim-zhurnal-krasivye-lyudi>).

<sup>24</sup> Например, «Если смотреть правде в глаза, я не хипстер, я не покупаю кроссовки, потому что Look At Me написал, что они хорошие. Но в смысле честности эти ребята мне страшно нравятся», материал «Разговоры о медиа. Филлип Бахтин и Филлип Дзядко» на Afisha.ru (материал от 31.07.2012; после обновления в ноябре 2013 г. портал называется [gorod.afisha.ru](http://gorod.afisha.ru). (URL: <http://gorod.afisha.ru/archive/media-bahutin-dzyadko/>)).

ские исследования. 2003. № 11. С. 3–13; Крыштановская О.В. Бизнес-элиты и олигархи: итоги десятилетия // Мир России. 2002. № 4. С. 3–60.

<sup>20</sup> См., в частности: Гудков Л.Д., Дубин Б.В. Интеллигенция: Заметки о литературно-политических иллюзиях. 2-е изд., испр. и доп. СПб.: Изд-во Ивана Лимбаха, 2009. 304 с. С. 3–10; Гудков Л., Дубин Б., Левада Ю. Проблема элиты в современной России. М., 2007. Также: Жизненные стили и социальные практики интеллигенции: Сб. статей / Под ред. Ж.Т. Тощенко; Сост.: М.С. Цапко, А.Б. Росляков. М.: РГГУ, 2002. 300 с.; Судьбы русской интеллигенции. Материалы дискуссий. 1932–1925 гг. Новосибирск: Наука. Сиб отд-е, 1991. 222 с.

<sup>21</sup> Как вариант наряду с «качественные медиа» могут употребляться также выражения «качественная пресса», «качественные издания» и т.п. В качестве одного из примеров: «Не случайно все статьи Ходорковского размещены в так называемой качественной прессе, где аудитория с высоким образовательным цензом» материал «Максим Ковальский опубликовал статью Михаила Ходорковского в журнале

Подобные наблюдения соответствуют принципу “кольцо ресурсов”, под которым в исследованиях медиа принято понимать своего рода “закольцованность” источников: читатель одного из ресурсов при освещении широкого спектра тем отсылается за дополнительной информацией (в смысле, качественной и заслуживающей внимания и доверия), ко вполне определенному и ограниченному числу изданий-побратимов<sup>25</sup>.

Добавим, что и риторика «не было ничего интересного, пришлось самим создать что-то подобное для себя и своих друзей»/«для своих»<sup>26</sup> или «мы делаем то, что самим интересно читать»<sup>27</sup> в качестве мотивации создания тех или иных проектов в списке (за исключением, пожалуй, проекта «Сноб») имела значение при отборе источников.

Исходное предположение о способности медиа-продукта обозначать «элитарность» своего читателя позволило допустить, что дискурс анализируемых изданий о самих себе, очень характерный именно для изучаемого медиа-сегмента<sup>28</sup>, будет

показателем для исследования общего вопроса о репрезентациях — а точнее об особенностях, конкретных стратегиях и механизмах конструирования — “элитарности” в определенном сегменте современных российских новых медиа.

В данной статье представлен детальный анализ серии текстов — «Разговоры о медиа», состоящей из 9 материалов и размещенной на сайте [afisha.ru](http://afisha.ru)<sup>29</sup> в июле-августе 2012 года, а также отдельно стоящей публикации «Поле само зачищает себя», размещенной на этом же ресурсе в июне 2012 года. Учитывая требования формата научной статьи, представляется корректным и продуктивным ограничить материал для анализа подобным образом (т.е. материалами одного издания сегмента), поскольку:

1. в анализируемых публикациях высказываются (материалы серии построены как диалоги медиа-профессионалов) главные редактора, действующие или уже бывшие на момент выхода публикаций, всех изданий из списка;
2. публикации приурочены к серии изменений (резонансных увольнений главных редакторов/издателей и заявлений об изменении формата некоторых проектов), которые произошли, главным образом, именно в изданиях моего списка. Публикация «Поле само зачищает себя» — это интервью с бывшим главным редактором также издания из списка, портала [Openspace.ru](http://Openspace.ru) (в его варианте в период 2008-2012 гг.);
3. одновременно учитывается, что издание «Афиша» фактически является флагманом сегмента (что звучит и в самом анализируемом дискурсе, в частности, в серии отобранных публикаций<sup>30</sup>). «Афиша» появилась

<sup>25</sup> Например, «Обращаясь ко всем, обращаешься ни к кому. Как издания «для своих» или «о своих» на моей памяти описывались и *Esquire*, и «БГ», и «Афиша», и, конечно же, «Русская жизнь» Ольшанского», «Поле само зачищает себя» — интервью Марии Степановой (бывший главред [Openspace.ru](http://Openspace.ru), сейчас — главред [Colta.ru](http://Colta.ru)) изданию «Афиша», июнь 2012 ([http://www.afisha.ru/article/openspace\\_is\\_over/](http://www.afisha.ru/article/openspace_is_over/)) или «... Да, вот есть такая кучка е...анатов, один процент, который читает *OpenSpace*, *Look At Me* и *Esquire*...», материал «Разговоры о медиа: Филипп Бахтин и Филипп Дзядко», издание «Афиша», 31.07.2012 (<http://gorod.afisha.ru/archive/media-bahutin-dzyadko/>).

<sup>26</sup> Например, материал «Разговоры о медиа. Филипп Бахтин и Филипп Дзядко» на [Afisha.ru](http://Afisha.ru) (материал от 31.07.2012; после обновления в ноябре 2013 г. портал называется [gorod.afisha.ru](http://gorod.afisha.ru); URL: <http://gorod.afisha.ru/archive/media-bahutin-dzyadko/>, дата обращения к источнику 14.11.2013)

<sup>27</sup> Например: интервью с Филиппом Бахтиным (*Esquire*, 2010 г.; <http://besttoday.ru/read/515.html>); интервью с Дмитрием Голубовским (*Esquire*, ноябрь 2011; <http://os.colta.ru/media/paper/details/31881/?expand=yes&attempt=1>); материал «“Большой город” — не открытое письмо чиновникам» на [Openspace.ru](http://Openspace.ru), декабрь 2009 (<http://os.colta.ru/media/paper/details/14976/page3/>); профиль Натальи Синдеевой (соосновательницы радиостанции «Серебряный Дождь» и владелицы телеканала «Дождь») на [Snob.ru](http://www.snob.ru/profile/5300/) (<http://www.snob.ru/profile/5300/>) и т.п.

<sup>28</sup> Сам по себе жанр «отраслевых» самоанализа и саморефлексии зародился в 2008 году именно в изданиях изучаемого медийного сегмента ([Openspace](http://Openspace.ru) образца 2008–2012 гг. первым ввел рубрику «Медиа») и с тех пор оказывался так или иначе востребованным у своей аудитории в моменты различных общественных (экономических или политиче-

ских) напряжений. Будь то мировой финансовый кризис 2008 г. или протестная активность конца 2011 — середины 2012 гг., когда по разным и по-разному преподносимым и воспринимаемым причинам открывались, закрывались, покупались, продавались, испытывали финансовые сложности, подвергались политическому давлению, становились причиной публичных скандалов и т.п. все изучаемые мной издания. Например, в 2008 году был запущен проект «Сноб», и его запуск освещался серией аналитических материалов на [Openspace](http://Openspace.ru); в 2013 был на грани закрытия журнал «Большой город», чему был посвящен ряд материалов на [Colta.ru](http://Colta.ru) и [Afisha.ru](http://Afisha.ru).

<sup>29</sup> После редизайна и реструктуризации издания зимой 2013-2014 серия «Разговоры о медиа» размещены на архивной части портала, посвященной городу (<http://gorod.afisha.ru/archive/>).

<sup>30</sup> «Была большая компания людей, которые не хотели жить в сраной Москве, а хотели жить в заповедном мире

почти на десятилетие раньше остальных изданий сегмента и во многом сформировала и собственно анализируемый дискурс об элитарности, и аудиторию и сотрудников остальных проектов сегмента «качественных медиа»/«интеллектуальный глянец»;

4. в случае отобранных подобным образом публикаций речь идет о тематической однородности и/или соразмерности материалов, типичности высказываний, содержащихся в анализируемых текстах, равно как и о конкретных поводе, моменте и общественно-политическом контексте их появления<sup>31</sup>.

Таким образом, отобранные материалы крайне удобны и показательны для анализа: кризисные медиа-события лета 2012 года — «звенья гребаной цепи»<sup>32</sup>, принципиальные для изданий интересующего нас сегмента, послужили поводом к общим размышлениям о том, на кого рассчитано издание, как редакция представляет себе свою аудиторию и методы взаимодействия с ней, как сочетать качество СМИ и его рентабельность и т.п. То есть, именно в данных текстах, и зачастую наиболее отчетливо, проговариваются и одновременно формулируются ключевые идентификационные критерии и понятия, формирующие восприятие и самих медиа-проектов, и их целевых аудиторий в качестве (в числе иных возможных определений) «элитарных».

---

своих грез, состоящем из ох...енных клубов, ресторанов и выставок. Так возник журнал «Афиша» — он на пятерочку», материал «Разговоры о медиа: Филипп Бахтин и Филипп Дзядко», издание «Афиша», 31.07.2012 (<http://gorod.afisha.ru/archive/media-bahutin-dzyadko/>).

<sup>31</sup> После начала протестной активности (конец 2011 года) в крупных российских городах медиа-проекты (большинство из которых входит в выделенный мной сегмент), поддерживавших эту активность и либеральную/оппозиционную гражданскую позицию, сталкиваются с рядом изменений (смена главных редакторов, смена форматов изданий, закрытие изданий), которые связываются представителями медиа-сообщества с политическим давлением. Характерно, что наиболее широкий резонанс эти события получили как раз в самих «пострадавших» медиа и — несколько шире — в интересующем меня «пострадавшем» медиа сегменте. В подтверждение — одна из примерно десятка публикаций на тему: «Это звенья одной гребаной цепи» на портале Openspace (2008–2012), 07.06.2012. (<http://os.colta.ru/media/paper/details/37626>).

<sup>32</sup> Оригинал высказывания — в публикации «Это звенья одной гребаной цепи» на портале Openspace (2008–2012), 07.06.2012. (<http://os.colta.ru/media/paper/details/37626>).

### *Издания для «своих» — для «образованного меньшинства»*

Оставим в покое народ,  
сложно его оценивать,  
сидя в кафе на Покровке

*Андрей Лошак*

(известный журналист, редакционный директор издания Esquire в 2011–2012 гг.)

(«Разговоры о медиа: Андрей Лошак и Дмитрий Ольшанский» в издании «Афиша», 08.08.2012)

Ведущая идентифицирующая идея, которая во многом становится ключевой и базовой для анализируемых публикаций — идея об образованном, просвещенном меньшинстве.

Подобная идея является, кажется, консолидирующей, и все издания сегмента, так или иначе, поддерживают ее. Показательно для сегмента в целом, что к подобного рода меньшинству относятся и авторы-создатели, и, одновременно, читатели-пользователи изданий анализируемого медиа-сегмента. Это очень важный момент, и, пожалуй, уникальная на медийном рынке, в частности, в его лайфстайл-сегменте, особенность. Авторы и читатели фактически признаются равными друг другу. Не столько в силу развития веб 2.0. и практик UGC<sup>33</sup>, и, соответственно, признания пользовательского контента значимым просто потому, что он теперь тоже может появиться рядом с редакционными материалами. Сколько и прежде всего в силу признания априори того факта, что читающие и комментирующие принадлежат к тому же социальному кругу, «своим», — по уровню образования, роду профессиональной деятельности, среде воспитания, характеру взглядов и способов их выражения — что и пишущие от лица редакции.

*Дмитрий Ольшанский, который первым в фейсбуке разгласил вест о закрытии сайта, заодно определил его главный принцип как «писать о своих, для своих, во славу своих»<sup>34</sup>.*

Видимо, поэтому в данном случае не подразумевается того снисхождения, которое принято приписывать со стороны редакций, допустим, массовых женских гляцевых изданий по отношению к своим читательницам (в духе «умные люди гля-

---

<sup>33</sup> UGC: user generated content — содержание, создаваемое пользователями (Интернета/портала).

<sup>34</sup> «Поле само зачищает себя»

нец не читают, умные люди глянец делают»<sup>35</sup>) или со стороны высокообразованной аудитории к редакциям и материалам любых массово-развлекательных СМИ: «...Значит, мне надо **напечатать материал о седьмом муже Киркорова или этапах старения бабочек-капустниц** — материалы, для моих друзей неинтересные, — тогда, значит, я делаю медиа для всех»<sup>36</sup>.

Более того, полагается (подразумевая принадлежность автора, журналиста или колумниста, к целевой аудитории), что издание сегмента интересно, и чуть ли не в первую очередь, самому пишущему в подобные медиа-проекты: «... **мне нравились именно те вещи, которые как раз и накрылись медным тазом, — OpenSpace, Citizen K. Я в отличие от тебя их как раз читал, и мне нравилось, как и что они мне рассказывали**»<sup>37</sup>.

Представление общности как меньшинства конструируется через подчеркивание — на полном серьезе:

- **Я нахожусь в меньшинстве** и уповаю на то, чтобы это меньшинство не пытались оформить законодательно и как-нибудь слегка репрессировать...;

- **Не нужно себя обманывать** — мы не живем в мире из 1000 наших друзей и комментаторов;

- **Людей, ... которые по ряду причин не хотят мириться с нынешней властью, много. Но они ... в каком-то сравнимом меньшинстве. Что такое сорок тысяч для страны с населением сто сорок миллионов?**<sup>38</sup>;

в ироничном/шутливом тоне:

- **«Маленькая самовлюбленная группа людей берет друг у друга интервью и печатает друг про друга журналы»;**

- **«Мне ужасно нравится этот модный приговор — сайт или журнал «для своих». ... Если**

**я печатаю материал, интересный моим друзьям, это означает журнал для друзей?...»**<sup>39</sup>;

или даже в виде критики со стороны провластно настроенных оппонентов:

... а вот эти все персонажи — они кто? Для него кого они представляют? Но они страшно обижаются, потому что когда им говоришь: **«Извините, вы не особо кого представляете»**, — они говорят: **«Да нет, мы представляем как раз всю Россию, а все остальные — пустое место»**<sup>40</sup>;

– немногочисленности/узости круга:

- ... Да, вот есть такая **кучка е...анатов, один процент, который читает OpenSpace, Look At Me и Esquire...**

- **Мы** ведь, по сути, **тут междусобойчиком занимаемся**. ... А на самом деле **все мы сидим на одном пяточке...**;

- **А сейчас, в свои 48, в парке Горького, где мы сейчас сидим, стоит пройти по ресторанам, и человек тридцать знакомых встретишь. В принципе, это очень много. Но с другой стороны — очень мало, всего-то тридцать человек. Вот с читателями примерно такое же ощущение**<sup>41</sup>;

«своих»:

Обращаясь ко всем, обращаешься ни к кому. **Как издания «для своих» или «о своих» на моей памяти описывались и Esquire, и «БГ», и «Афиша», и, конечно же, «Русская жизнь» Ольшанского**<sup>42</sup>;

равно как и через рассуждения об уникальности, «инаковости» собственно издания:

- **«Большой город» ... журнал, которому все издатели на протяжении 10 лет тщетно пытаются придумать полку в магазине и ни один не может эту полку найти — ее нет»;**

- **WOS** — это как раз **абсолютная вещь в себе**, материал **«Разговоры о медиа: Екатерина Герасичева и Василий Эсманов»;**

- **И «Большой город», и Esquire не были и не являются образцовыми изданиями. Они были уни-**

<sup>35</sup> Одна из героинь фильма Андрона Кончаловского «Глянец» (2007 г.), редактор женского глянцевого журнала проносит эту фразу: «Умные люди глянец не читают, умные люди глянец делают».

<sup>36</sup> «Разговоры о медиа: Филипп Бахтин и Филипп Дзядко».

<sup>37</sup> «Разговоры о медиа: Филипп Бахтин и Филипп Дзядко».

<sup>38</sup> Соответственно, в:

- «Разговоры о медиа: Андрей Лошак и Дмитрий Ольшанский»;

- «Разговоры о медиа: Андрей Лошак и Дмитрий Ольшанский»;

- «Разговоры о медиа: Александр Уржанов и Петр Толстой».

<sup>39</sup> Соответственно, в:

- материал «Разговоры о медиа: Филипп Бахтин и Филипп Дзядко»;

- «Разговоры о медиа: Филипп Бахтин и Филипп Дзядко».

<sup>40</sup> «Разговоры о медиа: Александр Уржанов и Петр Толстой».

<sup>41</sup> Соответственно, в:

- «Разговоры о медиа: Филипп Бахтин и Филипп Дзядко»;

- «Разговоры о медиа: Максим Ковальский и Михаил Зыгарь»;

- «Разговоры о медиа: Григорий Ревзин и Юрий Сапрыкин».

<sup>42</sup> «Поле само зачищает себя».

*кальными штуками, и в этом их бессмысленность или, наоборот, смысл существования;*

• *А вещь «ненужная», которую как-то и продуктом неудобно называть, о которой, пока она не появилась, ты и не думал, а как появилась, стала твоей необходимостью — такие вещи интересно делать и интересно потреблять*<sup>43</sup>;

и транслируемых им сообщений, отличающихся сложностью на фоне массового медийного продукта: «*Вот как Citizen K — журнал со сложной архитектурой и сообщением*»<sup>44</sup>.

В частности, высказывания про аудиторию, состоящую из друзей, знакомых и родственников:

• *А мы говорим о чем-то для тысячи друзей, стараемся, как ковровые клоуны, рассказать им про увольнение в СМИ;*

• *Не нужно себя обманывать — мы не живем в мире из 1000 наших друзей и комментаторов;*

• *То, что когда мы этот номер сделали, 50 человек сказали, что мы окончательно ох...ли...;*

• *И если у меня была уверенность с самого начала, что телеканал «Дождь» был востребованным, по крайней мере, среди моих друзей и родственников...»*<sup>45</sup>;

или, как вариант, «ленты фейсбука»:

• *Я только не пойму, почему ты все время говоришь как будто про людей из своего фейсбука — «мы все знаем, мы все слышали;*

• *...аудитория издания совпадает с аудиторией френдленты на фейсбуке;*

• *...человек, который не находится в этой достаточно узкой московской тусовке, человек, который, о ужас, не завел себе аккаунт на фейсбуке, он вообще понимает, кто эти люди, что они делают*<sup>46</sup>;

<sup>43</sup> Соответственно, в:

- «Разговоры о медиа: Филипп Бахтин и Филипп Дзядко»;
- «Разговоры о медиа: Екатерина Герасичева и Василий Эсманов»;
- «Разговоры о медиа: Филипп Бахтин и Филипп Дзядко»;
- «Разговоры о медиа: Филипп Бахтин и Филипп Дзядко».

<sup>44</sup> «Разговоры о медиа: Филипп Бахтин и Филипп Дзядко».

<sup>45</sup> Соответственно, в:

- «Разговоры о медиа: Филипп Бахтин и Филипп Дзядко»;
- «Разговоры о медиа: Андрей Лошак и Дмитрий Ольшанский»;
- «Разговоры о медиа: Филипп Бахтин и Филипп Дзядко»;
- «Разговоры о медиа: Максим Ковальский и Михаил Зыгарь».

<sup>46</sup> Соответственно, в:

- «Разговоры о медиа: Филипп Бахтин и Филипп Дзядко»;
- «Разговоры о медиа: Филипп Бахтин и Филипп Дзядко»;
- «Разговоры о медиа: Александр Уржанов и Петр Толстой».

так или иначе, встречаются во всех источниках. Собственно, риторика «своих» и «для своих», как уже упоминалось, часто приводится как главная причина появления почти всех из изданий сегмента. Такие высказывания можно трактовать как представление, что изданий, достойных внимания и соответствующих культурному уровню членов подобного меньшинства, круга «своих» — друзей и членов семьи, не было, пока их не создали для самих себя и своих близких собственно представители этого меньшинства. Притом, звучит здесь и мотив доверия друг другу.

*Это очень-очень узкая прослойка ... они доверяют друг другу*<sup>47</sup>;

и соответственно, возможности частного, «не-массового», разговора:

*Большой город» был построен как частный разговор с частным человеком*<sup>48</sup>;

интуитивного распознавания «своих» как несовпадающих с большинством — «потерянных в обществе»:

*Я набирала талантливых хороших людей, немножко потерянных в обществе. Это тонкое, личное, интуитивное ощущение*<sup>49</sup>.

Представления о круге и его немногочисленности усиливается повторением ряда «дружеских» и «приятельских» имен (часто в уменьшительных вариантах) и фамилий, принадлежащих известным журналистам, которые, в большинстве случаев, работают именно для медиа интересующего нас сегмента и уважаемы, прежде всего, аудиторией изданий, в него входящих:

• *Можно напечатать 700 колонок Лошака, Рейтер или Сапрыкина ...;*

• *Я думала, что мы будем ссориться, а оказалась Ильей Клишиным, которого Миша Ратгауз назвал в фейсбуке подпевалой...;*

• *... с тех пор никогда не выступаю по телевизору. Есть некоторые исключения, которые делаются для друзей, но их очень мало — Леня Парфенов, Дуня Смирнова;*

• *Наш общий знакомый Сергей Пархоменко, выступая недавно на «Свободе», — это было в период, когда у нас была революция, а реакция еще не*

<sup>47</sup> «Разговоры о медиа: Екатерина Герасичева и Василий Эсманов».

<sup>48</sup> «Разговоры о медиа: Филипп Бахтин и Филипп Дзядко».

<sup>49</sup> «Разговоры о медиа: Екатерина Герасичева и Василий Эсманов».

началась, — заявил, что сегодня существуют две партии: партия Сапрыкина и партия Ревзина;

• Наверное, **Наташа** (Сундеева, владелица «Дождя». — Прим. ред.) понимает, что ...;

• **Наш общий знакомый Илья Пономарев...**<sup>50</sup>.

Границы и особенность меньшинства/круга часто подкрепляются отсылками к мифологии интеллигенции:

• Вот пример: **в Советском Союзе была очень сильная интеллигенция, которая что-то по мере сил делала, — и примерно за полвека произошло значительное очеловечивание того сталинского мира...**;

• **Сейчас же что происходит: в лучших традициях русской интеллигенции у всех такая фигура в кармане**<sup>51</sup>.

Апелляция к этому дискурсу не всегда положительно коннотирована, однако условно обличительные высказывания об интеллигенции носят в этом случае, скорее, характер внутренней критики.

Значимым элементом анализируемых репрезентаций, с опорой опять же на дискурс интеллигенции, становится также линия рассуждений о том, где и по каким основаниям проходит граница между «своими» и «не своими»:

• **Но дело в том, что люди рождаются в чудовищно неравных условиях. Я считаю, что это главная проблема. Вы и я были воспитаны так, что мы не будем брать взятки с тех, кто хочет принести лекарства в тюремную камеру. Но, к сожалению, мы живем среди огромного количества людей, которые на это способны;**

• **Но были еще третьи люди, о которых никто не подумал. Люди, голоса которых я никогда не услышу. Их все время выключают из этих разговоров про медиа и всей фейсбушной х...ни. ... Вы их просто не слышите и с ними не говорите;**

• **Крутые вы ребята, если у вас «свои» — это сотня тысяч или три сотни тысяч человек. О ка-**

**ких тысячах друзей вы все говорите?... Круто, что у меня «друзья» — десятки, сотни тысяч человек. Да — они все «свои», все «мои». Потому что мы с ними так разговариваем;**

• **«Большой город» ... Это — об объединении и о налаживании связи. ... Такие вещи не сразу объединяют вокруг себя миллионы человек. Но кого-то объединяют. Только и знай, что столы приноси и усаживай новых;**

• **Мне, на самом деле, всегда казалось, что OpenSpace существовал на очень любопытной нейтральной территории между изданием «для своих» ... и изданием, которое пытается рассказывать об этих «своих» всем или, во всяком случае, тем, кто этими «своими» как-то интересуется ...**<sup>52</sup>;

этична ли она в принципе:

• **Мне не нравится, когда приятные, интеллигентные люди отделяют себя от других людей, населяющих эту страну, по социальному признаку. Это очень неконструктивный подход к обществу...**;

• **У меня такое ощущение, что это все разговоры людей, которые засунули голову в ведро, и там им страшно интересно слушать умных людей, у них есть аудитория, и никакая другая им не нужна ... А люди разные бывают. Давайте еще и с ними научимся разговаривать;**

• **Общественная миссия журналистики — это сказать, какие мы умные, есть небольшое количество еще других умных, которые в состоянии понять, о чем мы говорим, а все остальные пусть идут известно куда?**

• **А я считаю, что нет. Это такой пережиток феодального сообщества. С одной стороны, мы все боремся с мигалками, еще с какими-то привилегиями — а с другой, как только это касается конкретно нас, мы начинаем себя считать принадлежащими к какой-то элите. Я говорю о внутренних принципах: если ты играешь в данный момент какую-то роль, ты должен быть в ней аутентичен**<sup>53</sup>;

<sup>50</sup> Соответственно, в:

- «Разговоры о медиа: Филипп Бахтин и Филипп Дзядко»;
- «Разговоры о медиа: Екатерина Герасичева и Василий Эсманов»;
- «Разговоры о медиа: Григорий Ревзин и Юрий Сапрыкин»;
- «Разговоры о медиа: Григорий Ревзин и Юрий Сапрыкин»;
- «Разговоры о медиа: Ксения Собчак и Олег Кашин»;
- «Разговоры о медиа: Ксения Собчак и Олег Кашин».

<sup>51</sup> Соответственно, в:

- «Разговоры о медиа: Андрей Лошак и Дмитрий Ольшанский»;
- «Разговоры о медиа: Александр Уржанов и Петр Толстой».

<sup>52</sup> Соответственно, в:

- «Разговоры о медиа: Андрей Лошак и Дмитрий Ольшанский»;
- «Разговоры о медиа: Филипп Бахтин и Филипп Дзядко»;
- «Разговоры о медиа: Филипп Бахтин и Филипп Дзядко»;
- «Разговоры о медиа: Филипп Бахтин и Филипп Дзядко»;
- «Поле само защищает себя».

<sup>53</sup> Соответственно, в:

- «Разговоры о медиа: Андрей Лошак и Дмитрий Ольшанский»;

как ее определять и сопрягать (в случае СМИ) с требованиями, скажем, экономической рентабельности медиа проекта:

• С другой стороны, скажу наконец вслух: мне хотелось бы, чтобы дело обстояло иначе, но мы живем в русле определенной традиции, от нее никуда не денешься. **Ни один издательский проект из тех, что вошли в учебники и хрестоматии — от пушкинского «Современника» до символистских и постсимволистских журналов вроде «Вестов» и «Аполлона», — никогда не окупался. Зато и в историю вошли не только те, кто делал эти издания, но и те, кто давал на них деньги. Никто не помнит, каким бизнесом занимался Рябушинский или Савва Мамонтов, но их имена как издателей «Золотого руна» и «Мира искусства» остались в памяти**

• ... частные меценаты, дающие деньги на издания во имя профессионализма, добра и красоты, — это хорошо, а «эффективный менеджмент», требующий рентабельность, — плохо<sup>54</sup>,

а также о том, возможно ли и нужно ли такого рода границы (от)менять:

**Конечно, мы не разрушили глухие перегородки — но смогли сделать их ниже, так что видны, как в реальном опенспейсе, все головы сразу: Гройс и Семеляк, Сорокин и Петрушевская, Десятников и Noize MC, Деготь и Тимофеевский, Кирилл Медведев и Черняков, Кашин и Лошак, Навальный и Пархоменко, Ценципер и Нусинова, Сокуров и Хлебников<sup>55</sup>.**

С рассуждениями о границах общества и социальных групп в нем вполне ожидаемо сопряжена риторика «мы и они», которая, в рамках рассматриваемого корпуса источников, может приводить к нескольким позициям.

Базовое представление о том, кто такие «мы», как уже было описано, определяется принадлежностью к кругу «своих». Дополнительно подтверждающими<sup>56</sup> подобную принадлежность параметрами становятся «образование», «воспи-

тание», «интеллигентность»: **«Получил хорошее воспитание и образование — поделись с теми, кому повезло меньше<sup>57</sup>, а также схожие эстетические предпочтения и политические взгляды (об этом подробнее ниже).**

Далее, два варианта представлений о «народе» — некоем большинстве граждан государства, не обладающих ни полномочиями «власти», ни просвещенностью круга «своих».

С одной стороны, это представления о том, что «мы» отделены от «них», «у нас» с «ними» нет/не осталось ничего общего:

**«В поезде Москва–Псков никто не знает, чего ждать от соседа по купе... Ты можешь встретить в подворотне откинувшегося только что бандоса, и окажется, что он тоже под эту песню рыдает. Но больше у вас нет ничего общего... все связи порваны — и между социальными группами и между поколениями. Связей нет»<sup>58</sup>.**

и вообще непонятно, чего в принципе можно ждать от этих «других»:

**...вы поедете по дороге из Пскова в Москву — вот давайте снимем про это кино? Если мы будем снимать про то, как вы едете из Денвера в Алабаму, я это кино легко себе представляю. Есть шаблоны, понятные герои. А когда ты снимаешь про Россию — х... знает, кто эти люди и что у них в голове...<sup>59</sup>.**

представителей «народа»/«населения»/«большинства»/«простых людей»:

• **Народ в России никогда не был свободен;**  
• **Это красиво — сказать: мы не отделяем себя от народа. И наоборот: сказать, что отделяем, — это глупость, пошлый снобизм;**  
• **И мы понимаем, что, к сожалению, реальное состояние большинства населения — оно вот такое;**

• **Нельзя, к сожалению, верить в то, что стиль жизни большинства населения изменится из-за того, что один процент что-то чувствует, понимает и делает;**

• **... потому что та самая элита не выдержала экзамена свободой. Вы переносите ответственность за происходящее на простых людей. Я считаю, что ответственность несет образованный слой;**

- «Разговоры о медиа: Илья Ценципер и Демьян Кудрявцев»;
- «Разговоры о медиа: Илья Ценципер и Демьян Кудрявцев»;
- «Разговоры о медиа: Ксения Собчак и Олег Кашин».

<sup>54</sup> Соответственно, в:

- «Поле само зачищает себя»;
- «Поле само зачищает себя».

<sup>55</sup> «Поле само зачищает себя».

<sup>56</sup> Причем, видимо, и для самого сообщества, и для «внешнего пользования» — представителей других социальных групп, слоев, общностей.

<sup>57</sup> «Разговоры о медиа: Андрей Лошак и Дмитрий Ольшанский».

<sup>58</sup> «Разговоры о медиа: Филипп Бахтин и Филипп Дзядко».

<sup>59</sup> «Разговоры о медиа: Филипп Бахтин и Филипп Дзядко».

• Не к одной сотой, а к шести соткам. Это было единственное доступное пространство для созидательности. Я не говорю о литературе и искусстве, потому что не все могут этим заниматься. **А обычный человек тоже пытался себя реализовать, и все, что у него было, — это жалкие шесть соток, и еще с кучей регламентаций и ограничений;**

• Во-первых, это бонус Свете из Иваново, вторых, мне кажется, это подарок нашей интеллигенции, которую так любит Владимир Михайлович Кулисткив, а **в-третьих, это такая полезная таблетка тем, кто не совсем понимает, чем живет большинство населения страны**<sup>60</sup>;

встретив их случайно на просторах «этой страны»:

*Мне не нравится, когда приятные, интеллигентные люди отделяют себя от других людей, населяющих эту страну, по социальному признаку...<sup>61</sup>.*

С другой стороны — это позиция просвещенческой миссии, характерная для интеллигентского дискурса во все периоды его существования<sup>62</sup>. Подобная позиция формулируется как необходимость «смягчать нравы» тех и «заниматься» теми, «кому повезло меньше»:

• **Задача в том, чтобы по возможности сохранять критический взгляд. При этом ощущая внутри себя, что есть некая сверхзадача, и это то, про что забыла наша церковь, — смягчение нравов. По-моему, это главная задача интеллигенции и вообще любого человека — чтобы люди становились лучше и добрее.**

• **Да как они могут начать по-другому жить, если ими никто не занимается?!**

• **В этом издательском доме работает большое количество людей, которые, если их спросить: «А вы кто?», наверное, скажут — я русский интел-**

**лигент. А кто будет разговаривать с народом, если не русский интеллигент?**

• **Получил хорошее воспитание и образование — поделись с теми, кому повезло меньше.** Чудовищные предрассудки, невежество, рабство, которое всю жизнь в нашем народе культивировалось, — со всем этим надо бороться. Тяжело смотреть на это сложа руки<sup>63</sup>.

В такого рода высказываниях, стилистически отсылающих нас к воспитательному/педагогическому дискурсу, конституирующему отношения взрослый-ребенок, во многом прочитывается снисхождение того, кто лучше и умнее к тому, кто хуже и глупее.

В обоих случаях о доверии или признании равенства представителя «образованного слоя» и человека из «народа», видимо, не идет:

*Понимаете, у меня нет веры в народ. Революция доказала, что верить в народ глупо, это плохо кончается. Но у меня совершенно нет ощущения, что это какой-то особо безнадежный народ, с которым ничего сделать нельзя, а надо ему тихонько подкладывать книжки<sup>64</sup>.*

Некоторым исключением может считаться высказывание одного из беседующих: «круто, что у меня «друзья» — десятки, сотни тысяч человек. Да — они все «свои», все «мои». Потому что мы с ними так разговариваем<sup>65</sup>. Однако, и в этом случае, специальных уточнений относительно социально-групповой принадлежности «десятков, сотен тысяч человек» нет.

Отдельно отмечу, что риторика разделенности распространяется и на медийное, в частности, Интернет-пространство. Так в отличие от «своих», присутствие которых ассоциируется, как уже было отмечено выше, с социальной сетью Facebook, остальная аудитория (видимо, «народ») представляется пользователями соцсети «ВКонтакте» и почтового сервиса Mail.ru:

<sup>60</sup> Соответственно, в:

- «Разговоры о медиа: Филипп Бахтин и Филипп Дзядко»;
- «Разговоры о медиа: Андрей Лошак и Дмитрий Ольшанский»;
- «Разговоры о медиа: Андрей Лошак и Дмитрий Ольшанский»;
- «Разговоры о медиа: Андрей Лошак и Дмитрий Ольшанский»;
- «Разговоры о медиа: Алена Долецкая и Николай Усков»;
- «Разговоры о медиа: Александр Уржанов и Петр Толстой».

<sup>61</sup> «Разговоры о медиа: Андрей Лошак и Дмитрий Ольшанский».

<sup>62</sup> Гудков Л., Дубин Б., Левада Ю. Проблема элиты в современной России. М., 2007.

<sup>63</sup> Соответственно, в:

- «Разговоры о медиа: Андрей Лошак и Дмитрий Ольшанский»;
- «Разговоры о медиа: Андрей Лошак и Дмитрий Ольшанский»;
- «Разговоры о медиа: Илья Ценципер и Демьян Кудрявцев»;
- «Разговоры о медиа: Андрей Лошак и Дмитрий Ольшанский».

<sup>64</sup> «Разговоры о медиа: Андрей Лошак и Дмитрий Ольшанский».

<sup>65</sup> «Разговоры о медиа: Филипп Бахтин и Филипп Дзядко».

А про интернет — это интересный вопрос. Называются какие-то огромные цифры — типа 50 миллионов пользователей в стране. Я думаю, это чудовищное жульничество. Ну то есть если формально подходить, возможно, есть 50 миллионов человек, которые когда-то один раз за чем-то подошли к компьютеру и зашли на какой-то сайт. Но реальное количество людей, которые получают из интернета информацию и способны ее анализировать, на порядок меньше. **Подавляющее число людей, которых записывают в пользователи интернета, — они просто пользуются «Вконтакте» и Mail.ru**<sup>66</sup>.

При этом разделение прослеживается и в отношении навыков пользования Интернетом. Способным получать «из интернета информацию и ... ее анализировать» признается опять же некое меньшинство, можно предположить, во многом совпадающее с «кругом своих»; за остальными пользователями признаются намного более скромные компетенции.

В отношении первых трех описанных позиций важно отметить, что здесь представление о том, что социальные границы неизбежны и предопределены — т.е. своего рода легитимация существующего положения дел — сосуществует с идеей того, что выделять себя в особую группу на основании социального происхождения неприлично и несправедливо. Подобная двойственность вполне соотносится, являясь, в моем понимании, частным случаем, с двойственностью дискурса «интеллектуального глянца»/«качественной прессы» в целом. Неустойчивость и своего рода напряженность дискурса связана с необходимостью найти приемлемый способ совмещать представление о себе самих, как следующих высоким этическим принципам и живущих «правильно», и представление о справедливости и закономерности собственного финансового успеха и права на бытовой комфорт.

Наконец, еще одна позиция, также крайне характерная для интеллигентского дискурса (в различных его версиях), основывается на представлениях о «власти», как отдельной социальной силе, а также правилах и возможностях взаимодействия с этой силой.

Здесь, аналогично двум предыдущим случаям, тоже соблюдены основные положения интеллигентской риторики: власть представляется соразмерной народу:

<sup>66</sup> «Разговоры о медиа: Андрей Лошак и Дмитрий Ольшанский».

• Я считаю, что та власть, которую он представляет, более-менее соответствует состоянию умов людей в стране;

• Вы считаете, что путинская власть типологически соответствует нынешнему состоянию народа<sup>67</sup>;

а в некоторых случаях даже несколько «цивилизованнее» народа:

...При этом она (власть — К.Е.) чуть лучше и цивилизованнее, чем то, из чего она вырастает и что ее заменит, если она уйдет... те же опросы про Pussy Riot: люди хотят, чтобы их посадили на 7 лет. Это абсолютно безобразная история, но все-таки им, я надеюсь, дадут условное. А мнение народа в том, что они должны сидеть. Вы понимаете, что будет, если вынести на референдум возвращение уголовной статьи за мужеложство? Как проголосуют люди? А как они проголосуют за восстановление смертной казни?<sup>68</sup>

При этом соразмерность прослеживается не только в мировоззренческом и этическом, и даже, в некотором смысле, бытовом, отношениях:

• Я не понимаю — вам правда комфортно жить при этой власти? ... У меня настолько чудовищная несовместимость по всем параметрам с этой властью, что я не могу спокойно существовать;

• Политик — это человек, который говорит, что делать. А колумнист — это человек, который говорит, что ОНИ делают;

• Мы сейчас живем в условиях компрадорской буржуазии, которая просто перепродает то, что у них в руках, а страна находится в абсолютно беспризорном состоянии. Земля зарастает;

• Власти кажется, что мы представляем собой такую зарубежную заразу, которую можно хирургически вытащить<sup>69</sup>;

но и в эстетическом плане:

<sup>67</sup> Соответственно, в:

- «Разговоры о медиа: Андрей Лошак и Дмитрий Ольшанский»;
- «Разговоры о медиа: Андрей Лошак и Дмитрий Ольшанский».

<sup>68</sup> «Разговоры о медиа: Андрей Лошак и Дмитрий Ольшанский».

<sup>69</sup> Соответственно, в:

- «Разговоры о медиа: Андрей Лошак и Дмитрий Ольшанский»;
- «Разговоры о медиа: Григорий Ревзин и Юрий Сапрыкин»;
- «Разговоры о медиа: Андрей Лошак и Дмитрий Ольшанский»;
- «Разговоры о медиа: Григорий Ревзин и Юрий Сапрыкин».

• И мы понимаем, что, к сожалению, реальное состояние большинства населения — оно вот такое. Ведь то, что делали Лужков и Батурина, очень сильно коренится в народной психологии. Вся лужковская Москва построена на народном представлении о прекрасном;

• Как говорит неподражаемый Владимир Михайлович Кулиستиков, «если бы все смотрели Боттичелли, я бы показывал Боттичелли»;

• Ты осознанно идешь против течения и сейчас огребешь по полной от своих же друзей и знакомых — бывает такое? К примеру, когда вы пишете: «Я сейчас скажу страшную вещь: Филипп Киркоров — хороший певец»<sup>70</sup>.

Рассуждения об одинаковости эстетических предпочтений «народа» и «власти» и подразумеваемого более уточненного и просвещенного вкуса «меньшинства» подчеркивает ту главную дистанцию, которая обеспечивает «своим» символическое превосходство над остальными: обладание наибольшим в отечественном обществе культурным капиталом. В рамках анализируемого дискурса это превосходство маркируется с помощью категорий «образования», «воспитания», «интеллигентности» (см. выше).

Одновременно, власть видится, видимо, более привлекательным партнером по взаимодействию, нежели народ. Правда, в этом аспекте снова прослеживается двойственность/неустойчивость дискурса. «Меньшинство» представляется общностью людей, с одной стороны недозвольных «властью»:

*Людей, которые разочарованы, которые недовольны, которые по ряду причин не хотят мириться с нынешней властью, много. Но они не то что не в большинстве, а даже не в каком-то сравнимом меньшинстве. Что такое сорок тысяч для страны с населением сто сорок миллионов?*<sup>71</sup>.

и даже способных ее свергнуть или захватить:

*Революции обычно делаются в крупных городах, меньшинством абсолютным*<sup>72</sup>,

а с другой и одновременно — готовых к сотрудничеству с властью предрержащими:

*Это некое поле (имеется в виду взаимодействие «власти» и «образованного меньшинства» — К.Е.), в нем создаются смыслы, которые потом будут транслироваться. Я понимаю, что демократичные читатели возмутятся, но реально все так и происходит — сначала они рождаются в элите, там их можно поймать*<sup>73</sup>.

Притом оппозиционность по отношению к власти касается в основном сферы политического. Спектр представлений о характере подобного взаимодействия колеблется от уверенности в значимости собственного влияния на все общество (на «народ», на «своих», на «власть»):

• ... я гораздо больше верю в то, что можно тихой сапой подсказывать другие ценностные установки;

• Когда говорят, что наше сообщество ничтожно, — да, так и есть. *Есть пять тысяч человек, для которых важны НКО, или законы о клевете, или судьба Pussy Riot. А власть, которая управляет 140-миллионным государством, вынуждена принимать законы про эти пять тысяч. И это ужасное управленческое поражение;*

• *Мы сами раздули это пламя, вышли совершенно случайные люди и попали под Молох. Надеюсь, что никто из них никогда не читал ни одну из моих статей, иначе будет ощущение, что ты их туда и привел*<sup>74</sup>;

до готовности признаться в своем бессилии:

• Тем более что все мы понимаем размеры этого сообщества и степень его влияния на жизнь вокруг. В какой-то момент ты просто сливаешься с ним в благодатной гармонии ... при этом никаких новых взглядов на мир внутри этого процесса не возникает. Вы просто непрерывно говорите друг другу: «Мы хорошие», «Путин плохой»;

• Самообман был в том, что условные «мы» в этом диалоге воспринимали себя как экспертное сообщество, к мнению которого прислушиваются и которое может повлиять на развитие событий. *А это была такая декорация. Кто-нибудь придет и спросит: а где тут у вас интеллигенция?*

<sup>70</sup> Соответственно, в:

• «Разговоры о медиа: Андрей Лошак и Дмитрий Ольшанский»;

• «Разговоры о медиа: Александр Уржанов и Петр Толстой»;

• «Разговоры о медиа: Григорий Ревзин и Юрий Сапрыкин».

<sup>71</sup> «Разговоры о медиа: Александр Уржанов и Петр Толстой».

<sup>72</sup> «Разговоры о медиа: Александр Уржанов и Петр Толстой».

<sup>73</sup> «Разговоры о медиа: Григорий Ревзин и Юрий Сапрыкин».

<sup>74</sup> Соответственно, в:

• «Разговоры о медиа: Андрей Лошак и Дмитрий Ольшанский»;

• «Разговоры о медиа: Григорий Ревзин и Юрий Сапрыкин»;

• «Разговоры о медиа: Григорий Ревзин и Юрий Сапрыкин».

**А вот у нас интеллигенция. Больше она ни за чем не нужна**<sup>75</sup>;

и вынужденно, под давлением «власти», декоративной роли:

*Я не очень понимаю, как в этой ситуации можно прожить без государства. Скорее это государство решило прожить без нас. Я не вижу в этом ничего позитивного*<sup>76</sup>;

и отказа от какого бы то ни было диалога с «властью»:

• *...Дискуссия об интеллигенции и власти или о том, что ждет от власти так называемое гражданское общество, сейчас просто невозможно;*

• *Кто сейчас бесспорный моральный авторитет в обществе? Надо все-таки иметь каких-то людей в России, к мнению которых можно было бы прислушиваться*<sup>77</sup>.

В том же, что касается, условно, стиля жизни, соприкосновения как бы вне пространства политического, коммуникация с «властью» представляется вполне допустимой:

• *И я прекрасно помню такое ощущение — я сижу на каком-то балу **Vosco**, и у меня с одной стороны оппозиционеры, **Леня Парфенов**, **Акунин** и **Пархоменко**, а с другой — **спорткомитет**, **администрация президента**, такие персонажи;*

• *Это некое поле (имеется в виду взаимодействие «власти» и «образованного меньшинства» — К.Е.), в нем создаются смыслы, которые потом будут транслироваться. Я понимаю, что демократичные читатели возмутятся, но реально все так и происходит — сначала они рождаются в элите, там их можно поймать*<sup>78</sup>;

(и даже нормально-приятной, как бы из разряда “так на самом деле в жизни все и происходит”), хотя и предполагает некоторые моральные терзания (по крайней мере, их декларацию):

*Мне тут звонят и говорят: «Хотим пригласить вас на презентацию на озеро Комо. Ничего*

*от вас не требуется, все расходы за наш счет, лишь бы только вы украсили бриллиантом своего таланта наш праздник жизни». Год назад я бы немедленно согласился. А сейчас сижу и думаю: «Ох, что-то как-то запахло». Как говорилось в фильме «Место встречи изменить нельзя» — у Васьки Векшина две сестренки малолетние остались, а вы тут жируете*<sup>79</sup>.

Наконец, объединенное, во многом, лишь территорией общего проживания, общество в целом видится жестоким:

*В нашем обществе чудовищное количество жестокости*<sup>80</sup>;

(в некоторых случаях, включая и «продвинутых» оппозиционно настроенных его граждан):

*Я сижу по фейсбуку — когда юные кинокритики кричат: «Путин умоется кровавыми слезами!», я понимаю, что это тоже нужно каким-то образом притормаживать*<sup>81</sup>,

а сама страна — «несчастливым» и «диким» пространством «безнадежного»:

• *Само это пространство наполнено бедностью и страхом, дикостью и каким-то несчастьем. Эти ржавые сараи, гаражи, какие-то бетонные заборы с вечной колючей проволокой... Наша русская чудовищная безнадега;*

• *Знаете, мне наплевать на несовместимость с властью. У меня есть несовместимость с безнадежностью этого любимого мною пространства, где происходит полная разруха, на фоне которой катаются на джипах разбогатевшие пацаны, а в учреждениях сидят тётки, которые на кого-то постоянно орут;*

• *И значит, это не вопрос политики, значит, мы просто живем в несчастном, жестоким пространстве. И сменой первого лица или партии мы ничего от этого пространства не добьемся*<sup>82</sup>.

<sup>75</sup> Соответственно, в:

- «Разговоры о медиа: Григорий Ревзин и Юрий Сапрыкин»;
- «Разговоры о медиа: Григорий Ревзин и Юрий Сапрыкин».

<sup>76</sup> «Разговоры о медиа: Григорий Ревзин и Юрий Сапрыкин».

<sup>77</sup> Соответственно, в:

- «Разговоры о медиа: Григорий Ревзин и Юрий Сапрыкин»;
- «Разговоры о медиа: Александр Уржанов и Петр Толстой».

<sup>78</sup> Соответственно, в:

- «Разговоры о медиа: Григорий Ревзин и Юрий Сапрыкин»;
- «Разговоры о медиа: Григорий Ревзин и Юрий Сапрыкин».

<sup>79</sup> «Разговоры о медиа: Григорий Ревзин и Юрий Сапрыкин».

<sup>80</sup> «Разговоры о медиа: Андрей Лошак и Дмитрий Ольшанский».

<sup>81</sup> «Разговоры о медиа: Андрей Лошак и Дмитрий Ольшанский».

<sup>82</sup> Соответственно, в:

- «Разговоры о медиа: Андрей Лошак и Дмитрий Ольшанский»;
- «Разговоры о медиа: Андрей Лошак и Дмитрий Ольшанский»;
- «Разговоры о медиа: Андрей Лошак и Дмитрий Ольшанский».

Представление о степени безнадежности усиливается в сопоставлении с пространством “благополучного”, которым является “Запад”:

• *Когда в благополучном Нью-Йорке сидят миллионы вменяемых, симпатичных, крутых, талантливых, хорошо зарабатывающих людей и вдруг читают про какой-то трэшак, ужасную историю, которая произошла бог знает где, — им интересно, они этого не видят и не знают. А у нас ситуация другая. Мы снимаем фильм «Груз 200» и показываем его людям, которые живут в городе, в котором такое каждый день происходит. Они думают так: «Мы этот ад видим, зачем вы нам про него рассказываете?»*

• *Потому что за спинами Дубчека и Вацлава Гавела Австро-Венгерская империя, черепичные крыши, король Рудольф столетия назад и огромная традиция городской культуры. А у нас в стране что? Была какая-то изба, и та сгорела. У нас ничего нет за спиной. Из деревни в город практически одновременно пришли миллионы людей, этого не было нигде в Восточной Европе;*

• *Посмотрите, русские люди за границей не спиваются, а делают успешные карьеры;*

• *Нас вообще некорректно сравнивать с Америкой или Европой. Это абсолютно другая экономика, другое общество. Нас правильно сравнивать с большими странами третьего мира. С Турцией, Бразилиями, Индиями и Иранами<sup>83</sup>.*

В качестве островков условно «своей» и относительно «цивилизованной» территории воспринимаются центральные пространства Москвы (об этом подробнее ниже).

Подводя промежуточные итоги той части анализируемого дискурса, которая отвечает за конструирование “интеллектуальной” его составляющей, можно сделать вывод о высокой степени предсказуемости и “неинновационности” этой риторике. Неизменной базой в этом случае служит интеллигентский дискурс/дискурс об интеллигенции, предоставляющий ключевые принципы опознавания «своих» и формирования представлений обо “всех остальных” в обществе. Никакого

нового представления о разделении общества на социальные группы (и основаниях подобного деления), похоже, не предлагается. А вместе с этим, не может быть, видимо, предложено и сколь бы то ни было инновационных сценариев позитивного развития общественной ситуации (требующей навыков сложного взаимодействия различных социокультурных общностей) в обозримом будущем. Интересно, что интеллигентский дискурс производится здесь, видимо, почти полностью, включая и такие, казалось бы, вторичные по отношению к представлению о собственной роли и функции в обществе, однако, вполне характерные черты как допустимость и определенное бравирование применением бранной лексики и мата:

• *Была большая компания людей, которые не хотели жить в стране Москве, а хотели жить в заповедном мире своих грез, состоящем из ох...енных клубов, ресторанов и выставок. Так возник журнал «Афиша» — он на пятерочку;*

• *Раньше тут было культурное место, теперь кто-то напишет слово «х...» ... Ну как и положено в культурных местах» и «Как известно, в газете «Коммерсант» отдел культуры долго был единственным, которому было позволено в заметках употреблять слово «х...» без точек, потому что культурному человеку это вроде как позволительно<sup>84</sup>.*

Вместе с тем, если и можно говорить о какой бы то ни было новизне анализируемого дискурса об элитарности, то она обнаруживается скорее в его ‘lifestyle’, “потребительском” аспекте. Это происходит в силу того, что значимыми составляющими дискурса становятся не только риторика образованности, интеллигентности, “культурности” и т.п., но и рассуждения о стиле жизни и потребительских практиках, соответствующих социально-групповой идентичности и приемлемых для представителей подобного рода меньшинства. В этой связи важными для анализа становятся предлагаемые способы сопряжения в рамках идеи об образованном меньшинстве (как ведущем элементе анализируемого элитистского дискурса) представлений о «рукопожатных» политических взглядах/этических установках и соответствующих им потребительских вкусах.

<sup>83</sup> Соответственно, в:

- «Разговоры о медиа: Филипп Бахтин и Филипп Дзядко»;
- «Разговоры о медиа: Андрей Лошак и Дмитрий Ольшанский»;
- «Разговоры о медиа: Андрей Лошак и Дмитрий Ольшанский»;
- «Разговоры о медиа: Андрей Лошак и Дмитрий Ольшанский».

<sup>84</sup> Соответственно, в:

- «Разговоры о медиа: Филипп Бахтин и Филипп Дзядко»;
- «Разговоры о медиа: Максим Ковальский и Михаил Зыгарь».

Возвращаясь к аспекту восприятия пространства, кратко обозначенному выше, важно отметить, что «своим» пространством видится не просто столичный центр, а совершенно определенные типы этого пространства. Речь, как правило, идет о наиболее благоустроенных местах — «западных», ассоциирующихся с конкретным типом творческой и деловой деятельности (медиа, дизайн, рекламный бизнес, ресторанный бизнес и т.п.) и соответствующими ей «передовыми» стилем жизни и способом проведения досуга. В список подобных пространств неизменно попадают следующие территории, имеющие на протяжении нескольких последних лет репутацию главных мест обитания и притяжения всего «прогрессивного» в Москве: Красный Октябрь, Парк Горького, Винзавод, ряд заведений — кафе, ресторанов, клубов — на центральных улицах столицы, и, учитывая социально-политический контекст появления анализируемых материалов, ряд городских улиц и площадей, на которых проходили московские протесты 2011-2012 гг. — Болотная площадь, проспект Сахарова:

• *Создавая телеканал «Дождь», «Красный Октябрь», «Винзавод», ты помогаешь городу Москве, ты не помогаешь Путину;*

• *Время, когда Москва начала попадать в международные путеводители и главным местом считались кафе «Пушкин» и Vogue Café, — это было, конечно, занятно и вызывало своеобразную гордость, но это время прошло. Сейчас поток энергии вливается в другие части мегаполиса: в парки, в «Красный Октябрь», места берлинского или нью-йоркского разлива;*

• *А сейчас, в свои 48, в парке Горького, где мы сейчас сидим, стоит пройтись по ресторанам, и человек тридцать знакомых встретишь;*

• *Оставим в покое народ, сложно его оценивать, сидя в кафе на Покровке;*

• *Это касается и новой молодежи. Во всяком случае, когда я смотрел на людей с Болотной или Сахарова, мне казалось, что это совершенно новое поколение. Это уже вовсе не стадо, не масса. И они достаточно стильные, кстати говоря*<sup>85</sup>.

<sup>85</sup> Соответственно, в:

- «Разговоры о медиа: Ксения Собчак и Олег Кашин»;
- «Разговоры о медиа: Алена Долецкая и Николай Усков»;
- «Разговоры о медиа: Григорий Ревзин и Юрий Сапрыкин»;
- «Разговоры о медиа: Андрей Лошак и Дмитрий Ольшанский»;
- «Разговоры о медиа: Алена Долецкая и Николай Усков».

Принципиально, что перечисленные места ассоциируются не только с «прогрессивностью» в сфере культуры и культуры потребления:

• *Была большая компания людей, которые не хотели жить в сраной Москве, а хотели жить в заповедном мире своих грез, состоящем из ох...енных клубов, ресторанов и выставок. Так возник журнал «Афиша» — он на пятерочку;*

• *Огромная часть зрителей в нашей довольно большой и разнообразной стране, которые еще не вооружились айпэдами ...;*

• *Я считаю, что мода, бирки на одежде, обозначение любой одежды как принадлежность тебя, конечно же, те самые, прости господи, культурные коды. Выглядеть модно — это дурновкусие. Я глубоко убеждена, что молодым стыдно быть модными;*

• *Я люблю красивое. Я очень люблю старые вещи. Этот офис никто не брал, потому что нельзя сносить стены, это «Архнадзор». Красота — это совсем другое. Любое следование моде — это зло. Это отсутствие вкуса. Людям не надо показывать, во что ты одет;*

• *Когда я в разной одежде, я интерпретирую себя по-разному*<sup>86</sup>,

сравниваясь с местами «берлинского или нью-йоркского разлива»<sup>87</sup>, но и с определенными политическими — западно-либеральными — взглядами. Либеральная позиция в этом случае, видимо, приобретает свойства статус-символа:

*Это касается и новой молодежи. Во всяком случае, когда я смотрел на людей с Болотной или Сахарова, мне казалось, что это совершенно новое поколение. Это уже вовсе не стадо, не масса. И они достаточно стильные, кстати говоря. Причем стильные не в соответствии с теми рекомендациями, которые публикуют в традиционных глянцевого журналах. Я помню, как мы с Собчак пришли в «Стрелку», она тогда только что открылась. Там сидели какие-то прекрасные люди абсолютно не быковатой наружности. И Собчак*

<sup>86</sup> Соответственно, в:

- «Разговоры о медиа: Филипп Бахтин и Филипп Дзядко»;
- «Разговоры о медиа: Александр Уржанов и Петр Толстой»;
- «Разговоры о медиа: Екатерина Герасичева и Василий Эсманов»;
- «Разговоры о медиа: Екатерина Герасичева и Василий Эсманов»;
- «Разговоры о медиа: Екатерина Герасичева и Василий Эсманов».

<sup>87</sup> «Разговоры о медиа: Алена Долецкая и Николай Усков».

мне через какое-то время говорит: даже обосрать некого. Я бы хотел работать для этого нового поколения, мне оно симпатично. Оно очень самодостаточно<sup>88</sup>;

находящегося в общей системе статус-символов и обладающего не меньшей, но и не большей, значимостью, чем образованность и умение стильно одеться. Более того, умение «стильно» одеться может представляться даже более надежным признаком «самодостаточности» (см. предыдущую цитату), нежели приверженность либеральным и/или оппозиционным политическим взглядам.

Очень интересны подтверждающие и расширяющие описанные выше проявления двойственности и напряженности дискурса высказывания, в которых производятся попытки осмыслить и как-то связать в непротиворечивое и морально приемлемое целое “умное” и “богатое”, одежду от одной из самых дорогих марок одежды в мире Prada и «мытье полов в детском доме»:

Вот герой последних хеппингов — Таня Лазарева. **В ней спокойно уживается мытье полов в детском доме, покупка платья Prada и тейблток о том, что это здание в Москве плохое, а это хорошее**<sup>89</sup>.

Показательно и притом, видимо, вполне ожидаемо, учитывая представленную выше “интеллектуальную” составляющую дискурса, что подобные попытки носят характер внутренней дилеммы, напряженного поиска этически допустимого варианта. Остановимся подробнее на тех типах дилемм и предлагаемых вариантах их разрешения, которые можно наблюдать в случае анализируемых публикаций.

*Дилемма “потребительское — политическое”.* Предполагает фрустрацию от несоответствия развитой инфраструктуры столичной городской повседневности и условий бытового комфорта отсутствию политических свобод и гражданских прав в стране:

• *Пускай гражданское общество займется велодорожками, а Pussy Riot пока посидят;*

• *«То же самое с журналом Esquire. У вас же есть Armani, у вас есть ЦУМ, есть ГУМ, рекламодатели есть, покупают штаны? ... Деньги текнут. Хоть такой номер делай, хоть сякой. Стой с протестными плакатами, а на соседней странице будет реклама Gucci. Любой человек здравомыс-*

*лящий открывает журнал, видит это и говорит: это вообще, бл...дь, что? ...»*<sup>90</sup>.

Символическое разрешение этой дилеммы находится в собственно озвучивании проблемы — произнесении вслух того, что беспокоит (или должно беспокоить) “приличного человека”, — а также в способности иронизировать над ситуацией и самим собой в ней (см. предыдущие цитаты). То есть, подобное озвучивание, можно предполагать, носит терапевтический и освобождающий эффект, как бы позволяя ослабить чувство вины за сложившуюся ситуацию в обмен на то, что человек способен осознать наличие подобных противоречий и остроумно против них высказаться. Здесь могут случаться забавные и показательные оговорки. Например, «Это такой пережиток феодального сообщества. С одной стороны, мы все боремся с мигалками, еще с какими-то привилегиями — а с другой, как только это касается конкретно нас, мы начинаем себя считать принадлежащими к какой-то элите. Я говорю о внутренних принципах: **если ты играешь в данный момент какую-то роль, ты должен быть в ней аутентичен**»<sup>91</sup>. Существование в определенной системе этических координат, приемлемых для сообщества, некоторым и, видимо, все же нечаянным, образом представлено в виде роли, причем, временной: главная добродетель заключается, в том, чтобы быть аутентичным и убедительным в играемой роли; при этом и тоска по гражданским правам, продолжая логику высказывания, может быть понята как не более чем своего рода игра.

*Дилемма “интеллектуальное — глянцевое”.* В поле анализируемого материала отвечает за рефлексию противоречий между образом «интеллектуала» как человека, порождающего смыслы, и «глянцевым подходом» к нему, красивой оболочке, призванной якобы помочь продавать эти смыслы, но при этом представляющей угрозу значимости собственно “смыслопорождающего” и глубине его высказываний:

• *Нет, это не психологический портрет, это не странный гибрид, это глянцевый подход к человеку, который интересен тем, что он интеллектуал. Зачем же его показывать в качестве глянцевого героя?*

<sup>88</sup> «Разговоры о медиа: Алена Долецкая и Николай Усков».

<sup>89</sup> «Разговоры о медиа: Илья Ценципер и Демьян Кудрявцев».

<sup>90</sup> Соответственно, в:

• «Разговоры о медиа: Ксения Собчак и Олег Кашин»;  
• «Разговоры о медиа: Филипп Бахтин и Филипп Дзякко».

<sup>91</sup> «Разговоры о медиа: Ксения Собчак и Олег Кашин».

• **«Вещи, которые мы снимаем в Citizen K, действительно не покупают те люди, которые пишут первую часть журнала. Но это работает наоборот: люди, продающие эти вещи, хотят тех, кто ее пишет. Любые мероприятия Куснировича открывает Ревзин. ... Но при этом мы хотим думать об этом, сидя в красивой рубашке. Это следствие 2000-х годов», материал «Разговоры о медиа: Илья Ценципер и Демьян Кудрявцев»<sup>92</sup>.**

Из этой дилеммы находятся два выхода. Первый — просто, отчасти в логике разрешения предыдущей дилеммы, признать окружающий мир шизофреничным, а феномен “глянцевого интеллектуала” частным случаем подобной шизофрении:

**Вот герой последних хеппенингов — Таня Лазарева. В ней спокойно уживается мытье полов в детском доме, покупка платья Prada и тейбл-ток о том, что это здание в Москве плохое, а это хорошее. Ты говоришь, что это шизофрения. Да, мне кажется, что мир, в котором мы существуем, вполне шизофреничен<sup>93</sup>;**

тем самым как бы снимая с себя ответственность за подобную “нестыковку” или необходимость каким-то образом подобное противоречие разрешить. Второй, некоторым образом подтверждающий шизофрению, на этот раз, самого дискурса — это выход, или точнее перевод разговора, в дилемму “интеллектуальное — потребительское”.

Такой вариант разрешения предыдущей дилеммы становится вполне надежным, поскольку снимает напряжение тем, что помогает подумать о «потреблении» как о чем-то вполне “умном”, предполагающим «серьезность»:

• **Вот еще пример: в середине нулевых я в страшном сне не мог представить, что моих читателей мог бы заинтересовать цикл научных лекций. Сейчас мы как раз такую историю начали — и первая лекция была про квантовую физику. Полный зал слушателей. Кажется, мы вдруг осознали несколько важных вопросов, и они уже из головы никуда не уходят: нам хочется понять, что с нами происходит и почему это так. На смену гламуру и новой искренности пришла новая серьезность;**

<sup>92</sup> Соответственно, в:

- «Разговоры о медиа: Илья Ценципер и Демьян Кудрявцев»;
- «Разговоры о медиа: Илья Ценципер и Демьян Кудрявцев».

<sup>93</sup> «Разговоры о медиа: Илья Ценципер и Демьян Кудрявцев».

• **Это была раздетость, это ложное понимание сексуальности. Я говорю о том, что это некая приятная часть жизни, это ее цвет, вкус и запах. Но это не значит, что при этом не существует умных книжек или серьезных политических вопросов, которые нам всем придется решать так или иначе<sup>94</sup>;**

и при этом «нормальном», чуть ли ни «гигиенической потребности»:

• **Да, люди стали задаваться более серьезными и весомыми вопросами. При этом я точно уверен, что потребление никуда не исчезнет. Потребление является прекрасной частью жизни. Выглядеть сексуально, ездить на красивой машине по-прежнему хорошо;**

• **Я думаю, что потребление трансформируется, превратится из чего-то крутого в нечто сервисное, гигиеническое. Мы же не кичимся тем, что чистим зубы. В какой-то момент мы перестанем устраивать шоу из покупки автомобиля и часов. Появилась потребность — мы ее реализовали тихо и незаметно<sup>95</sup>;**

от удовлетворения которой не может быть стыдно, скорее наоборот — странно было бы стыдиться того, что нормально.

В этом случае, правда, требуется чуть переформатировать/переосмыслить саму систему представляемых потребительских практик и, как часть этой системы, собственно отношение к потреблению. Подобное переформатирование необходимо, прежде всего, для того, чтобы конструируемая и предлагаемая в качестве нормативной в поле исследуемых источников статус-маркирующая система могла быть представлена как что-то вполне позитивное и вместе с тем, убедительное; что-то с чем, опять же, не стыдно себя ассоциировать. Достигается это переосмысление двумя путями.

Во-первых, формулированием, даже в рамках довольно общих в тематическом плане бесед о состоянии сферы СМИ в современной России, ряда установок относительно того, что приемлемо и «по-нашему», а что нет в сфере повседневных потребительских практик. Например, в качестве до-

<sup>94</sup> Соответственно, в:

- «Разговоры о медиа: Алена Долецкая и Николай Усков»;
- «Разговоры о медиа: Алена Долецкая и Николай Усков».

<sup>95</sup> Соответственно, в:

- «Разговоры о медиа: Алена Долецкая и Николай Усков»;
- «Разговоры о медиа: Алена Долецкая и Николай Усков».

бродетели представляется знание о том, что быть модным «неприлично»:

• Я считаю, что мода, бирки на одежде, обозначение любой одежды как принадлежность тебя, конечно же, те самые, прости господи, культурные коды. **Выглядеть модно — это дурновкусие. Я глубоко убеждена, что молодым стыдно быть модными;**

• Я люблю красивое. Я очень люблю старые вещи. Этот офис никто не брал, потому что нельзя сносить стены, это «Архнадзор». Красота — это совсем другое. **Любое следование моде — это зло. Это отсутствие вкуса. Людям не надо показывать, во что ты одет**<sup>96</sup>;

а обладать «демократичным ощущением пространства» — наоборот:

В центре всей этой художественной истории, как это ни смешно, стоит светлый образ Даши Жуковой, которая, с одной стороны, дама вполне себе олигархическая, а с другой — западная молодая женщина с демократическим ощущением пространства и нерастраченными просветительскими амбициями. Для нее **нормальная среда — это когда в кафе могут сидеть рядом люди независимо от их статуса и состояния**<sup>97</sup>.

Во-вторых, ироничным дистанцированием от предшествующей и уже видимо уходящей в прошлое в качестве доминирующего элитистского дискурса системы гламура, представляемой в рамках анализируемого дискурса как «глупое и богатое» или, воспользовавшись цитатой из источников, в виде метафоры «поющие трусы»: **«Обидно было бы ассоциировать себя с поющими трусами... Поющие трусы — это жены богатых людей, которые вдруг начинают песни петь или одежду делать»**<sup>98</sup>.

Здесь, правда, тоже случаются забавные странности, которые происходят при попытках сказать о потреблении, по возможности, употребив сложные слова, нетривиально и умно. Например, что-то вроде наукообразных «О потреблении на последнем издыхании пишет заметный корпус

французских философов»<sup>99</sup>, «Я считаю, что мода, бирки на одежде, обозначение любой одежды как принадлежность тебя, конечно же, те самые, прости господи, культурные коды»<sup>100</sup> или «В разной одежде я интерпретирую себя по-разному»<sup>101</sup>. Однако, вместе с тем такого рода высказывания являются чуть ли не самым ярким свидетельством поиска путей убедительного совмещения «интеллектуального» и «глянцевого», которое и представляет собой ключевую проблематику представляемого исследования.

Наконец и перед тем, как перейти к выводам, хочется отметить еще две особенности изучаемых репрезентаций.

Первая заключается в высокой степени саморефлексии и самоиронии дискурса, что, в значительной степени, делает его защищенным от нападков внешней критики. Если кому-то захочется попенять говорящим самолюбованием, то его уже опередили — в самом дискурсе уже прозвучало, что «маленькая самовлюбленная группа людей берет друг у друга интервью и печатает друг про друга журналы»<sup>102</sup>. Если захочется упрекнуть в высоколести, то и это уже произнесено изнутри: «Общественная миссия журналистики — это сказать, какие мы умные, есть небольшое количество еще других умных, которые в состоянии понять, о чем мы говорим, а все остальные пусть идут известно куда?»<sup>103</sup>. Если захочется указать на псевдокультурность, ставя под сомнение основной символический козырь конструируемой социально-групповой идентичности, то и здесь саморазоблачение уже состоялось: «Раньше тут было культурное место, теперь кто-то напишет слово «х...» ... Ну как и положено в культурных местах» и «Как известно, в газете «Коммерсант» отдел культуры долго был единственным, которому было позволено в заметках употреблять слово «х...» без точек, потому что культурному человеку это вроде как позволительно»<sup>104</sup>. Поймать на конформизме и

<sup>96</sup> Соответственно, в:

• «Разговоры о медиа: Екатерина Герасичева и Василий Эсманов»;  
• «Разговоры о медиа: Екатерина Герасичева и Василий Эсманов».

<sup>97</sup> «Разговоры о медиа: Григорий Ревзин и Юрий Сапрыкин».

<sup>98</sup> «Разговоры о медиа: Екатерина Герасичева и Василий Эсманов».

<sup>99</sup> «Разговоры о медиа: Алена Долецкая и Николай Усков».

<sup>100</sup> «Разговоры о медиа: Екатерина Герасичева и Василий Эсманов».

<sup>101</sup> «Разговоры о медиа: Екатерина Герасичева и Василий Эсманов».

<sup>102</sup> «Разговоры о медиа: Филипп Бахтин и Филипп Дзядко».

<sup>103</sup> «Разговоры о медиа: Илья Ценципер и Демьян Кудрявцев».

<sup>104</sup> «Разговоры о медиа: Максим Ковальский и Михаил Зыгарь».

падкости до роскоши и комфорта также будет не просто: «Мне тут звонят и говорят: «Хотим пригласить вас на презентацию на озеро Комо. Ничего от вас не требуется, все расходы за наш счет, лишь бы только вы украсили бриллиантом своего таланта наш праздник жизни». Год назад я бы немедленно согласился»<sup>105</sup>. И так далее.

Вторая особенность касается использования терминов «элитарное»/«элитарность» и понятия «элита».

Собственно слово «элитарность» не встречается в корпусе анализируемых материалов вообще ни разу. Его, в самом общем виде, заменяют как раз все те стратегии конструирования социокультурной дистанции, о которых шла речь выше. То есть, впрямую говорить или рассуждать о собственной «элитарности», видимо, не представляется приличным и допустимым.

Слово «элита» встречается на все десять объемных бесед-интервью ровно три раза. Причем так, что в одном случае:

... потому что та самая элита не выдержала экзамена свободой. **Вы переносите ответственность за происходящее на простых людей.** Я считаю, что ответственность несет образованный слой<sup>106</sup>,

– когда речь идет о критике действий элиты — не вполне понятно, имеется ли в виду некая отдельная «элита», допустим, политическая, или «элита» и есть «образованный слой», «меньшинство». В другом случае:

*В центре всей этой художественной истории, как это ни смешно, стоит светлый образ Даши Жуковой, которая, с одной стороны, дама вполне себе олигархическая, а с другой — западная молодая женщина с демократическим ощущением пространства и нерастраченными просветельскими амбициями. Для нее нормальная среда — это когда в кафе могут сидеть рядом люди независимо от их статуса и состояния. Дальше, когда Абрамович взял шестигранник, стали думать, а какой образ среды был бы хорош с точки зрения, например, Даши. **Может быть, сейчас опять все дико возмутятся, но это как раз тот случай, когда элита влияет на образ жизни.** Дальше таких девушек, как Даша, — чистых, современных, с де-*

*мократическими ощущениями добра и некоторых позитивных возможностей — оказалось в городе довольно много. Они привели сюда своих молодых людей, их становилось все больше и больше, потом оказалось, что уже буквально негде сесть. Следующий этап — все это будет ценами отрегулировано, так что здесь будет сидеть только Даша, а мы поедем в Сокольники. Потом Даша возмутится, и начнется подъем Сокольников»<sup>107</sup>;*

«элитой» полагаются, хотя и с оговоркой «как ни смешно», продвинутые представители финансовой олигархии, вкусы и мировоззрения которых определяют среду и возможности существования всех остальных. При этом во втором случае, если посмотреть на весь контекст приводимой цитаты (<http://gorod.afisha.ru/archive/media-revzin-saprykin>) предполагается, что это влияние оказывается возможным только благодаря сотрудничеству «элиты» с представителями «образованного слоя». Наконец, в третьем случае:

**Это некое поле (имеется в виду взаимодействие «власти» и «образованного меньшинства» — К.Е.), в нем создаются смыслы, которые потом будут транслироваться.** Я понимаю, что демократичные читатели возмутятся, но реально все так и происходит — сначала они рождаются в элите, там их можно поймать<sup>108</sup>;

в общем-то, впрямую указывается на то, что «элита» — это влиятельная группа, которая состоит из политической и финансовой элит, а также представителей «образованного меньшинства». И здесь же добавляется, избегая какой бы то ни было критики системы формирования элит в современной России, что существующее положение дел, конечно, может показаться кому-то недемократичным, но что поделать, если это так, и это самая что ни на есть данность.

В заключение, систематизируя полученные в ходе представленного анализа результаты, можно сделать следующие выводы относительно особенностей и конкретных стратегий конструирования «элитарности» в поле отобранных публикаций.

Во-первых, аудитория изданий, вокруг которых строятся анализируемые разговоры, представляется неким особенным «меньшинством», также определяемым понятиями «свой», «свой

<sup>105</sup> «Разговоры о медиа: Григорий Ревзин и Юрий Сапрыкин».

<sup>106</sup> «Разговоры о медиа: Андрей Лошак и Дмитрий Ольшанский».

<sup>107</sup> «Разговоры о медиа: Григорий Ревзин и Юрий Сапрыкин».

<sup>108</sup> «Разговоры о медиа: Григорий Ревзин и Юрий Сапрыкин».

круг». Это «меньшинство», во многом, по принципу закольцованной композиции, опознается как раз благодаря тому, что может быть причислено к аудитории изданий медиа-сегмента «интеллектуального глянца»/«качественной прессы», часть которого и анализируется в данном случае. Особенность «меньшинства» заключается, прежде всего, в его «образованности» и «воспитанности». Или, в терминах Пьера Бурдьё, обладанием наибольшим в обществе культурным капиталом. В этом отношении не подвергается сомнению однородность круга (монархист Ольшанский обращается к народнику Лошаку — «мы с вами воспитаны так, что ...»), и определенная наследственность в принадлежности к нему (что, вообще говоря, воспроизводит еще и аристократический дискурс). То есть, какая бы то ни была социальная функция видится, скорее, как результат наследственной принадлежности к общности («получил хорошее образование и воспитание — поделись с другими»), а не наоборот — принадлежность к кругу представляется возможной в силу причастности к определенной социальной функции.

Во-вторых, исследуемый дискурс во многом наследует интеллигентскому дискурсу или, точнее, риторике некоего обобщенного мифа об интеллигенции (русской дореволюционной, советской, а заодно и о западном интеллектуале), заимствуя основные представления о социальных, политических, культурных основаниях существующей социальной структуры. Социум, в самом общем виде, представляется разделенным на «своих»/«образованный слой»/«меньшинство», «народ»/«большинство» и «власть». Причем такое разделение, видится, в конечном итоге и несколько огрубляя, вполне справедливым. Никакого нового представления о разделении общества на социальные группы (и основаниях подобного деления), похоже, не предлагается. А вместе с этим, не может быть, видимо, предложено и сколь бы то ни было инновационных сценариев позитивного развития общественной ситуации (требующей навыков сложного взаимодействия на равных различных социокультурных общностей) в обозримом будущем. Хотя здесь необходимо оговориться: наряду со стереотипно диким, нецивилизованным «народом» и жестокой, жадной, непросвещенной «властью» допускается представить отдельных «продвинутых» олигархов и чиновников. Особенность конструируемой общественной позиции «меньшинства» заключается в том, что «нерукопожат-

ным» представляется взаимодействие с «властью» в сфере политического; а взаимодействие в сфере условно стили жизни является вполне допустимым и нормальным. Уникальность собственного социального положения подкреплена и обеспечивается не только доступом к образованию и информации, но и связями с властью имущими, что во многом подтверждается в редких случаях непосредственного употребления термина «элита» как обобщающего понятия некой социальной верхушки, куда входят представители политической власти, финансовых кругов и «образованного слоя». Притом разговора об основаниях попадания в элиту, в частности, пересмотра этих оснований, по большому счету, не ведется и не предполагается.

В-третьих, наиболее неожиданной, в определенном смысле, обладающей наибольшим инновационным потенциалом, но притом и наиболее внутренне противоречивой представляется lifestyle-составляющая анализируемого дискурса. Она интересна тем, что в ней фактически изобретается та система статус-символов, которая, во многом, и транслируется как нормативная не только самому «меньшинству», но и за пределы общества. Кажущаяся относительная доступность этой системы в ее lifestyle-аспекте потенциально делает ее привлекательной для воспроизводства и копирования. В конце концов, «быть модным неприлично», а ходить на «лекции по квантовой физике» хорошо — вполне простые и удобные для запоминания формулы предлагаемой системы статус-символов<sup>109</sup>.

Одновременно, неустойчивость и своего рода напряженность дискурса как раз и связана с необходимостью найти приемлемый способ совмещать представление о себе самих, как следующих высоким этическим принципам и живущих «правильно» (с оглядкой на первую, «интеллектуальную» его составляющую) и представление о справедливости и закономерности собственного финансового успеха и права на бытовой комфорт. Именно предлагаемые техники совмещения и являются, видимо, наиболее перспективным направлением дальней-

<sup>109</sup> Единственным барьером в этом отношении — в плане легкости воспроизводства, являются опорные категории дискурса о моде: никогда специально не разъясняемые представления о «хорошем вкусе» и «дурновкусии». Однако этот аспект анализируемого дискурса не рассматривался подробно в данной статье и может стать предметом отдельного подробного анализа в рамках исследования стратегий конструирования тех или иных вариантов «элитарности» в СМИ.

шего исследовательского внимания при изучении предлагаемых в рамках медиа-сегмента образцов “элитарности”. В варианте проанализированных источников речь идет о следующих стратегиях:

- самоирония и своего рода “обнажение приема” в случаях очевидной и иным способом сложно преодолимой фрустрации при необходимости как-то совместить сложно совместимое. Например, когда речь идет о радости от пребывания в благоустроенной городской среде и одновременного осознания жесткости политического режима, при поддержке которого эта среда и преобразуется; или при попытках осознать образ интеллектуала в качестве продающего на страницах глянцевого журнала и т.п.;
- представление различных потребительских практик либо как чего-то «гигиенического», а потому «нормального» и не стыдного либо как чего-то «серьезного» или же, в облегченном варианте, хорошо совместимого с чем-то «серьезным»;
- дистанцирование от просто глянцевого, “гламурной”, системы статус-символизирующих практик.

Как уже отмечено выше, общей и, вероятно, все же наиболее важной стратегией для разных аспектов проанализированного дискурса является именно самоирония, высокая степень саморефлексии дискурса. Эта стратегия, можно предположить, выполняет защитную от возможной внешней критики и угрозы функцию. И именно самоирония/способность к саморефлексии обеспечивает жизнеспособность дискурса, позволяя без сильной

фрустрации и мук совести одновременно быть умными и стильными, не стесняясь, интересоваться и покупкой новой машины, и сексом, и лекцией по квантовой физике, наслаждаться наличием велосипедных дорожек и печалиться о подавлении в стране базовых гражданских прав и свобод. Главное, не быть слишком модным.

Однако все описанные наблюдения и сформулированные выводы сделаны на основе лишь одного, пусть очень показательного и крайне аккуратно выбранного, кейса-корпуса высказываний — тех, что касаются самопрезентации медиа-проектов, рассчитанных (позиционирующих себя подобным образом) на наиболее образованную часть современного российского общества. В этой связи мне представляется важным и продуктивным проверить и, вероятно, расширить и уточнить полученные в ходе данного анализа результаты на материалах высказываний, касающихся двух других опорных аспектов исследуемого дискурса об элитарности. Речь, во-первых, идет о поиске и выборе наиболее подходящего понятия-самоназвания для социальной общности, к которой обращен дискурс; а во-вторых, о системе представлений о городском пространстве, своего рода “чувстве города”, которые становятся ведущими элементами выстраиваемой в поле анализируемого элитистского дискурса социально-групповой идентичности. Анализ данных двух крупных блоков высказываний представляются мне ближайшими исследовательскими задачами в рамках дальнейшей работы над проблематикой конструирования “элитарности” в современных российских новых медиа<sup>110</sup>.

### Список литературы:

1. Беляева Л.А. Материальное неравенство в России. Реальность и тенденции // Социологические исследования. 2007. № 11. С. 29–41.
2. Бурдые П. Формы капитала (пер. М.С. Добряковой) // Экономическая социология. 2002. Т. 3. № 5. С. 60–75.
3. Гудков Л., Дубин Б., Левада Ю. Проблема элиты в сегодняшней России. М., 2007.
4. Гудков Л.Д., Дубин Б.В. Интеллигенция: Заметки о литературно-политических иллюзиях. 2-е изд., испр. и доп. СПб.: Изд-во Ивана Лимбаха, 2009. 304 с.
5. Ельцова К.К. «Семиотика избранности»: дискурс о моде (по материалам приложения «Стиль» к газете «Коммерсантъ»): магистр. дисс. М.: МУНЦ «ВШЕК» РГГУ, 2010. 110 с.
6. Жизненные стили и социальные практики интеллигенции: Сб. статей / Под ред. Ж.Т. Тощенко; Сост.: М.С. Цапко, А.Б. Росляков. М.: РГГУ, 2002. 300 с.
7. Зверева В.В. Репрезентация и реальность // Отечественные записки. 2003. № 4.

<sup>110</sup> В выбранном медийном сегменте «интеллектуального глянца/качественных СМИ».

8. Крыштановская О.В. Бизнес-элита и олигархи: итоги десятилетия // Мир России. 2002. № 4. С. 3–60.
9. Крыштановская О.В. Формирование региональной элиты: принципы и механизмы // Социологические исследования. 2003. № 11. С. 3–13.
10. Судьбы русской интеллигенции. Материалы дискуссий. 1932–1925 гг. Новосибирск: Наука. Сиб отд-е, 1991. 222 с.
11. Фуко М. Порядок дискурса // Фуко М. Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности. Работы разных лет / Пер. с франц. М.: Касталь, 1996. 448 с.
12. Хахулина Л. Субъективные оценки социального неравенства: результаты сравнительного международного исследования // Общественный разлом и рождение новой социологии: двадцать лет мониторинга / Под ред. Л.Г. Гудкова, Б.В. Дубина. М.: Litres, 2013. С. 465–485.
13. Шабанова М.А. Проблемы встраивания рынка в «нерыночное» общество // Социологические исследования (СОЦИС). 2005. № 12. С. 33–45.
14. Bourdieu P. Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste, Harvard University Press, 1984, pp. 640. [Translated by Richard Nice].
15. Hall S. The Work of Representation // Representation: Cultural Representation and Signifying Practices, The Open University 1997, pp. 13–75.
16. Roesen T. www.snob.ru: A Social Network Site for the Elite, Digital Icons: Studies in Russian, Eurasian and Central European New Media, № 6 (2011): 81–92.
17. Rutten E. The Faces and Spaces of a Russian Culture-News Portal: www.openspace.ru, Digital Icons: Studies in Russian, Eurasian and Central European New Media, № 6 (2011): 93–103.

### **Список использованных Интернет-публикаций:**

- «“Большой город” – не открытое письмо чиновникам», Openspace.ru, декабрь 2009 (URL: <http://os.colta.ru/media/paper/details/14976/page3/>; дата обращения 25.04.2014);
- «Для многих это была не работа, это была жизнь» – интервью Ильи Осколкова-Ценципера Afisha.ru, август 2009 (URL: [http://www.afisha.ru/article/answers\\_oskolkov/](http://www.afisha.ru/article/answers_oskolkov/); дата обращения 25.04.2014);
- «Итоги нулевых: Илья Осколков-Ценципер, президент института «Стрелка», вице-президент компании Yota, основатель «Афиши», 43 года», январь 2011 (URL: <http://www.afisha.ru/article/8312/>; дата обращения 25.04.2014);
- «Максим Ковальский опубликовал статью Михаила Ходорковского в журнале “Коммерсантъ-Власть”», 16.06.2009, (URL: <http://www.snob.ru/fp/entry/3900?preview=print>; дата обращения 25.04.2014);
- «Открытое пространство перепланируют», Mnenia.ru (URL: <http://mnenia.ru/rubric/society/otkrytoe-prostranstvo-pereplaniruyut>; дата обращения 25.04.2014);
- «Сезон перформансов» на Snob.ru, ноябрь 2011 (URL: <http://www.snob.ru/magazine/entry/42839>; дата обращения 25.04.2014);
- «Тупые, жирные, неработающие, вечно пьяные плебеи глумятся над образованным классом» на Snob.ru, июнь 2011 (URL: <http://www.snob.ru/selected/entry/20371>; дата обращения 25.04.2014);
- Андрей Лошак в «Школе злословия», июнь 2010 (URL: [http://www.youtube.com/watch?feature=endscreen&v=4wo\\_posmsDU&NR=1](http://www.youtube.com/watch?feature=endscreen&v=4wo_posmsDU&NR=1) (3'40); дата обращения 25.04.2014);
- Интервью с Артемием Троицким в журнале «Красивые люди», март 2010 (URL: <http://www.sayen.ru/ob-otele/prensa-o-kompanii/interevyu-s-artemeem-troitskim-zhurnal-krasivye-lyudi>; дата обращения 25.04.2014);
- Интервью с Дмитрием Голубовским, Esquire, ноябрь 2011 (URL: <http://os.colta.ru/media/paper/details/31881/?expand=yes&attempt=1>; дата обращения 25.04.2014);
- Интервью с Филиппом Бахтиным (Esquire, 2010 год, URL: <http://besttoday.ru/read/515.html>; дата обращения 25.04.2014);
- Объявление о семинаре «Креативный класс» на Lookatme, ноябрь 2009 (URL: <http://www.lookatme.ru/cities/moscow/events/85877-seminar-kreativnyy-klass-literaturnyy-perevod>; дата обращения 25.04.2014) «Что на самом деле создал креативный класс»; февраль 2012 (URL: <http://www.afisha.ru/article/sapr-on-creative-class/>; дата обращения 25.04.2014);

- пост «Сергей Мостовщиков о перспективах интеллектуального глянца» в Живом Журнале, январь 2008 (URL.: <http://volk.livejournal.com/846632.html>; дата обращения 25.04.2014);
- Профиль Натальи Синдеевой (со-основательницы радиостанции «Серебряный Дождь» и владелицы телеканала «Дождь») на Snob.ru (URL: <http://www.snob.ru/profile/5300> и т.д.; дата обращения 25.04.2014).

### Список корпуса анализируемых источников:

- «Поле само зачищает себя» — интервью Марии Степановой изданию «Афиша», 25.06.2012 (URL.: [http://www.afisha.ru/article/openspace\\_is\\_over/](http://www.afisha.ru/article/openspace_is_over/); дата обращения 25.04.2014);
- «Разговоры о медиа: Александр Уржанов и Петр Толстой», издание «Афиша», 07.08.2012 (URL.: <http://gorod.afisha.ru/archive/media-urzhanov-tolstoy/>; дата обращения 25.04.2014);
- «Разговоры о медиа: Алена Долецкая и Николай Усков», в издании «Афиша», 02.08.2012 (URL.: <http://gorod.afisha.ru/archive/media-doletskaya-uskov/>; дата обращения 25.04.2014);
- «Разговоры о медиа: Андрей Лошак и Дмитрий Ольшанский» в издании «Афиша», 08.08.2012 (URL.: <http://gorod.afisha.ru/archive/media-loshak-olshansky/>; дата обращения 25.04.2014);
- «Разговоры о медиа: Григорий Ревзин и Юрий Сапрыкин» в издании «Афиша», 06.08.2012 (URL.: <http://gorod.afisha.ru/archive/media-revzin-saprykin/>; дата обращения 25.04.2014);
- «Разговоры о медиа: Екатерина Герасичева и Василий Эсманов», издание «Афиша», 20.08.2012, (URL.: <http://gorod.afisha.ru/archive/media-gerasicheva-esmanov/>; дата обращения 25.04.2014);
- «Разговоры о медиа: Илья Ценципер и Демьян Кудрявцев», в издании «Афиша», 01.08.2012 (URL.: <http://gorod.afisha.ru/archive/media-tsentsiper-kudryavtsev/>; дата обращения 25.04.2014);
- «Разговоры о медиа: Ксения Собчак и Олег Кашин» в издании «Афиша», 31.07.2012 (URL.: <http://gorod.afisha.ru/archive/media-sobchak-kashin/>; дата обращения 25.04.2014);
- «Разговоры о медиа: Максим Ковальский и Михаил Зыгарь», издание «Афиша», 03.08.2012 (URL.: <http://gorod.afisha.ru/archive/media-kovalski-zygar/>; дата обращения 25.04.2014);
- «Разговоры о медиа: Филипп Бахтин и Филипп Дзядко», издание «Афиша», 31.07.2012 (URL.: <http://gorod.afisha.ru/archive/media-bahutin-dzyadko/>; дата обращения 25.04.2014).

### References (transliteration):

1. Belyaeva L.A. Material'noe neravenstvo v Rossii. Real'nost' i tendentsii // Sotsiologicheskie issledovaniya. 2007. № 11. S. 29–41.
2. Burd'e P. Formy kapitala (per. M.S. Dobryakovoi) // Ekonomicheskaya sotsiologiya. 2002. T. 3. № 5. S. 60–75.
3. Gudkov L., Dubin B., Levada Yu. Problema elity v segodnyashnei Rossii. M., 2007.
4. Gudkov L.D., Dubin B.V. Intelligentsiya: Zametki o literaturno-politicheskikh illyuziyakh. 2-e izd., ispr. i dop. SPb.: Izd-vo Ivana Limbakha, 2009. 304 s.
5. El'tsova K.K. «Semiotika izbrannosti»: diskurs o mode (po materialam prilozheniya «Stil'» k gazete «Kommersant'»); magistr. diss. M.: MUNTs «VShEK» RGGU, 2010. 110 s.
6. Zhiznennye stili i sotsial'nye praktiki intelligentsii: Sb. statei / Pod red. Zh.T. Toshchenko; Sost.: M.S. Tsapko, A.B. Roslyakov. M.: RGGU, 2002. 300 s.
7. Zvereva V.V. Reprezentatsiya i real'nost' // Otechestvennye zapiski. 2003. № 4.
8. Kryshtanovskaya O.V. Biznes-elita i oligarkhi: itogi desyatiletiya // Mir Rossii. 2002. № 4. S. 3–60.
9. Kryshtanovskaya O.V. Formirovanie regional'noi elity: printsipy i mekhanizmy // Sotsiologicheskie issledovaniya. 2003. № 11. S. 3–13.
10. Sud'by russkoi intelligentsii. Materialy diskussii. 1932–1925 gg. Novosibirsk: Nauka. Sib otd-e, 1991. 222 s.
11. Fuko M. Poryadok diskursa // Volya k istine: po tu storonu znaniya, vlasti i seksual'nosti. Raboty raznykh let / Per. s frants. M.: Kastal', 1996. 448 s.
12. Khakhulina L. Sub'ektivnye otsenki sotsial'nogo neravenstva: rezul'taty sravnitel'nogo mezhdunarodnogo issledovaniya // Obshchestvennyy razlom i rozhdienie novoy sotsiologii: dvadtsat' let monitoringa / Pod red. L.G. Gudkova, B.V. Dubina. M.: Litres, 2013. S. 465–485.

13. Shabanova M.A. Problemy vstraivaniya rynka v «nerynochnoe» obshchestvo // Sotsiologicheskie issledovaniya (SOTSIS). 2005. № 12. S. 33–45.
14. Bourdieu P. Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste, Harvard University Press, 1984, pp. 640. [Translated by Richard Nice].
15. Hall S. The Work of Representation // Representation: Cultural Representation and Signifying Practices, The Open University 1997, pp. 13–75.
16. Roesen T. www.snob.ru: A Social Network Site for the Elite, Digital Icons: Studies in Russian, Eurasian and Central European New Media, № 6 (2011): 81–92.
17. Rutten E. The Faces and Spaces of a Russian Culture-News Portal: www.openspace.ru, Digital Icons: Studies in Russian, Eurasian and Central European New Media, № 6 (2011): 93–103.

### **Spisok ispol'zovannykh Internet-publikatsii:**

- «“Bol'shoi gorod” – ne otkrytoe pis'mo chinovnikam», Openspace.ru, dekabr' 2009 (URL: <http://os.colta.ru/media/paper/details/14976/page3/>; data obrashcheniya 25.04.2014);
- «Dlya mnogikh eto byla ne rabota, eto byla zhizn'» – interv'yu Il'i Oskolkova-Tsentsipera Afisha.ru, avgust 2009 (URL: [http://www.afisha.ru/article/answers\\_oskolkov/](http://www.afisha.ru/article/answers_oskolkov/); data obrashcheniya 25.04.2014);
- «Itogi nulevykh: Il'ya Oskolkov-Tsentsiper, prezident instituta «Strelka», vitse-prezident kompanii Yota, osnovatel' «Afishi», 43 goda», yanvar' 2011 (URL: <http://www.afisha.ru/article/8312/>; data obrashcheniya 25.04.2014);
- «Maksim Koval'skii opublikoval stat'yu Mikhaila Khodorkovskogo v zhurnale “Kommersant”-Vlast'», 16.06.2009, (URL: <http://www.snob.ru/fp/entry/3900?preview=print>; data obrashcheniya 25.04.2014);
- «Otkrytoe prostranstvo pereplaniruyut», Mnenia.ru (URL: <http://mnenia.ru/rubric/society/otkrytoe-prostranstvo-pereplaniruyut>; data obrashcheniya 25.04.2014);
- «Sezon performansov» na Snob.ru, noyabr' 2011 (URL: <http://www.snob.ru/magazine/entry/42839>; data obrashcheniya 25.04.2014);
- «Tupye, zhirnye, nerabotayushchie, vечно p'yanye plebei glumyatsya nad obrazovannym klassom» na Snob.ru, iyun' 2011 (URL: <http://www.snob.ru/selected/entry/20371>; data obrashcheniya 25.04.2014);
- Andrei Loshak v «Shkole zlosloviya», iyun' 2010 (URL: [http://www.youtube.com/watch?feature=endscreen&v=4wo\\_posmsDU&NR=1](http://www.youtube.com/watch?feature=endscreen&v=4wo_posmsDU&NR=1) (3'40); data obrashcheniya 25.04.2014);
- Interv'yu s Artemiem Troitskim v zhurnale «Krasivye lyudi», mart 2010 (URL: <http://www.sayen.ru/obotele/prensa-o-kompanii/interevyu-s-artemeem-troitskim-zhurnal-krasivye-lyudi>; data obrashcheniya 25.04.2014);
- Interv'yu s Dmitriem Golubovskim, Esquire, noyabr' 2011 (URL: <http://os.colta.ru/media/paper/details/31881/?expand=yes&attempt=1>; data obrashcheniya 25.04.2014);
- Interv'yu s Filippom Bakhtinym (Esquire, 2010 god, URL: <http://besttoday.ru/read/515.html>; data obrashcheniya 25.04.2014);
- Ob'yavlenie o seminare «Kreativnyi klass» na Lookatme, noyabr' 2009 (URL: <http://www.lookatme.ru/cities/moscow/events/85877-seminar-kreativnyy-klass-literaturnyy-perevod>; data obrashcheniya 25.04.2014) «Chto na samom dele sozdal kreativnyi klass»; fevral' 2012 (URL: <http://www.afisha.ru/article/sapr-on-creative-class/>; data obrashcheniya 25.04.2014);
- post «Sergei Mostovshchikov o perspektivakh intellektual'nogo glyantsa» v Zhivom Zhurnale, yanvar' 2008 (URL: <http://volk.livejournal.com/846632.html>; data obrashcheniya 25.04.2014);
- Profil' Natal'i Sindeevoi (so-osnovatel'nitsy radiostantsii «Serebryani Dozhd'» i vladelitsy telekanala «Dozhd'») na Snob.ru (URL: <http://www.snob.ru/profile/5300> i t.d.; data obrashcheniya 25.04.2014).

### **Spisok korpusa analiziruemyykh istochnikov:**

- «Pole samo zachishchaet sebya» — interv'yu Marii Stepanovoi izdaniyu «Afisha», 25.06.2012 (URL: [http://www.afisha.ru/article/openspace\\_is\\_over/](http://www.afisha.ru/article/openspace_is_over/); data obrashcheniya 25.04.2014);

- «Razgovory o media: Aleksandr Urzhanov i Petr Tolstoi», izdanie «Afisha», 07.08.2012 (URL.: <http://gorod.afisha.ru/archive/media-urzhanov-tolstoy/>; data obrashcheniya 25.04.2014);
- «Razgovory o media: Alena Doletskaya i Nikolai Uskov», v izdanii «Afisha», 02.08.2012 (URL.: <http://gorod.afisha.ru/archive/media-doletskaya-uskov/>; data obrashcheniya 25.04.2014);
- «Razgovory o media: Andrei Loshak i Dmitrii Ol'shanskii» v izdanii «Afisha», 08.08.2012 (URL.: <http://gorod.afisha.ru/archive/media-loshak-olshansky/>; data obrashcheniya 25.04.2014);
- «Razgovory o media: Grigorii Revzin i Yurii Saprykin» v izdanii «Afisha», 06.08.2012 (URL.: <http://gorod.afisha.ru/archive/media-revzin-saprykin/>; data obrashcheniya 25.04.2014);
- «Razgovory o media: Ekaterina Gerasicheva i Vasili Esmanov», izdanie «Afisha», 20.08.2012, (URL.: <http://gorod.afisha.ru/archive/media-gerasicheva-esmanov/>; data obrashcheniya 25.04.2014);
- «Razgovory o media: Il'ya Tsentsiper i Dem'yan Kudryavtsev», v izdanii «Afisha», 01.08.2012 (URL.: <http://gorod.afisha.ru/archive/media-tsentsiper-kudryavtsev/>; data obrashcheniya 25.04.2014);
- «Razgovory o media: Kseniya Sobchak i Oleg Kashin» v izdanii «Afisha», 31.07.2012 (URL.: <http://gorod.afisha.ru/archive/media-sobchak-kashin/>; data obrashcheniya 25.04.2014);
- «Razgovory o media: Maksim Koval'skii i Mikhail Zygar'», izdanie «Afisha», 03.08.2012 (URL.: <http://gorod.afisha.ru/archive/media-kovalski-zygar/>; data obrashcheniya 25.04.2014);
- «Razgovory o media: Filipp Bakhtin i Filipp Dzyadko», izdanie «Afisha», 31.07.2012 (URL.: <http://gorod.afisha.ru/archive/media-bahtin-dzyadko/>; data obrashcheniya 25.04.2014).