

ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ТЕКСТЫ КАК ИСТОЧНИКИ ИЗУЧЕНИЯ КУЛЬТУРНЫХ ФЕНОМЕНОВ

И. К. Черёмушникова

Волгоградский государственный медицинский университет

Поступила в редакцию 3 января 2014 г.

Аннотация: *в статье обоснована возможность привлечения художественных текстов в качестве источников для анализа содержания культурных феноменов. В рамках культурологического подхода приведены примеры художественной концептуализации феномена имиджа.*

Ключевые слова: *имидж, ментальные смыслы, культурологический подход, художественная концептуализация, текст культуры.*

Abstract: *the paper grounds the possibility of the exploiting of the literary texts as the sources for studying and analyzing the cultural phenomena. Within the framework of the cultural approach the samples of the literary conceptualization of the image are displayed.*

Key words: *image, mental senses, cultural approach, literary conceptualization, cultural text.*

В поле зрения современного культуролого-антропологического дискурса сегодня попадают феномены, которые, по-видимому, всегда присутствовали в ткани повседневной жизни, но никогда не подвергались рефлексии. До определенного момента мы как будто не догадываемся о существовании этих феноменов и практик и не способны выхватить их из потока повседневности. Причина кроется в их обыденности: ведь то, с чем мы имеем дело в повседневных бытовых практиках, не вызывает ни удивления, ни интереса исследователей.

Содержание таких феноменов выглядит скорее метафоричным, чем научно-рациональным, сами они представлены как явления без бытийных корней, а их статус в философском дискурсе может быть определен как маргинальный. В отношении таких феноменов довольно часто встречается ситуация лексического запаздывания, и довольно долго они не имеют даже названия.

Однако совершенно очевидно, что культурные феномены, встроенные в повседневное бытование человека, будь то телесные или социальные практики, не начинают существовать в момент, когда начинается их рефлексия и появляется термин, означающий, что мы, наконец, осознали их присутствие и значение в своей жизни. Сам момент рефлексии также трудно зафиксировать, поскольку исследователи чаще всего апеллируют к классическим философским текстам. Большинство текстовых источников, обычно привлекаемых официальной наукой для реконструкции и понимания «вдруг обнаруженных» феноменов, сами являются

продуктом многократного толкования. Любая мифологема, «опыленная господствующей идеологией, подменяет реальность удобным объяснением этой реальности, при этом связь с реальностью не только утрачивается, но не осознается даже сама эта утрата» [1, с. 113]. Часто они отражают процессы и явления дробно и искаженно, в соответствии с господствующими мифологемами своего времени, маргинализирующими или демонизирующими объект исследования. Попытка обобщить часто приводит к исчезновению содержания, без наполнения которого невозможно приблизиться к пониманию явления.

Поэтому особую ценность имеют случаи, когда идеи и догадки, имеющие важнейшее значение для понимания природы таких «ускользающих от исследователей» феноменов, рождались у авторов, не ставивших перед собой специальной задачи их осмысления. Еще чаще бывает, что такие суждения рождаются в рефлексии повседневной жизни в художественных произведениях – зачастую тончайших и точнейших выразителях ментальности своей эпохи, позволяющих восстановить живую ткань культуры прошедших эпох. Культурологи только начинают уделять внимание анализу дискурсов, имеющих, на первый взгляд, косвенное отношение к исследуемому явлению [2]. Однако именно такие текстуально зафиксированные представления, позволяющие реконструировать содержание, могут оказать культурологам неоценимую услугу. А. С. Лаппо-Данилевский выделял так называемые *изображающие* источники и указывал на их особую способность «реконструировать чувственный образ», соответствующий эпохе [3].

Авторы художественных произведений отражают действительность подобно фотографии, которая детально фиксирует образ, но не «интерпретирует» его, сохраняя для нас возможность многих последующих интерпретаций, где с течением времени разворачиваются новые культурные смыслы. Речь идет именно о смыслах – «квантах культурного пространства» [4, с. 69]. По ценности информации литературно-художественные тексты могут превосходить все другие источники. При этом следует помнить, что даже добросовестно проиллюстрированное не может считаться доказанным, а сделанные выводы не могут экстраполироваться на все культурные феномены.

Все сказанное в полной мере относится к феномену имиджа. Оговоримся, что под имиджем мы будем понимать особую *эстетическую систему*, – она «кристаллизует ментальность, через которую художественные образы становятся рекомендуемыми моделями поведения, приобретают статус общепринятости, тиражируются посредством моды, превращаются в фактор повседневного бытия» [5, с. 104–105]. Эволюция эпистем имиджа в историко-культурном контексте не оставляет сомнения в том, что он играл важную роль на всех этапах развития общества, включая самые ранние, а сам он всегда выполнял функцию смылсохраняющей субстанции в пространстве культуры [6, с. 147].

В настоящей статье хотелось бы привести примеры литературной рефлексии и художественной концептуализации представлений об

имидже как о значимом явлении в жизни отдельного индивида и общества в целом. Заметим также, что эти представления выходят далеко за рамки философских представлений своего времени (а мы будем обращаться в основном к литературным произведениям XIX в.) и позволяют провести четкие аналогии с современным знанием об имидже.

Понятие образа становится основополагающим в отечественной и зарубежной литературе второй половины XIX в. Писатель создает образ не только словами и поступками героев, но и упоминанием различных деталей его облика. Произведения А. П. Чехова, М. Е. Салтыкова-Щедрина, А. Н. Островского, В. А. Соллогуба и других пронизаны пониманием того, что каждая деталь в облике человека социально окрашена и дает возможность соотнести его с той или иной группой или ролью в обществе. Так, «порыжевшая от времени тальма» вырастает у Чехова в социальный знак, отражающий одновременно и «наступившую бедность, и стремление сохранить былое достоинство, и утраченные связи с той средой, из которой когда-то вышла героиня» [7, с. 269]. Искусством создания цельного образа из россыпи отдельных деталей обладали С. Моэм, Ги де Мопассан, Ч. Диккенс, Дж. Голсуорси.

Мы существуем в реальности другого человека в виде цветовых пятен, звуков, силуэтов, движений. Эти визуальные знаки собираются в представлении другого в единый эмоционально окрашенный образ. Современная теория познания использует термин «*визуальное мышление*», которое понимается не просто как форма чувственного отражения, а как мышление в собственном смысле слова. Анализ процесса визуализации показывает, что процессы, связанные со зрительными образами, а не с символами (скажем, в виде слов), являются более продуктивными в коммуникации, поскольку позволяют сразу проникнуть в природу вещей. Образ никогда не воспринимается в своем исходном виде, он всегда дотраивается, видоизменяется и уже в таком *превращенном* виде начинает функционировать в социальных связях, определяет их качество и характер. Индивид в своем поведении отталкивается именно от эмоциональной оценки, возникшей у него на основе восприятия конкретного зрительного образа.

«Он припомнил теперь молодого человека с длинным горбатым носом, с белобрысыми и клочковатыми волосами, худосочного и в невозможном до неприличия вицмундире. Он вспомнил, как у него мелькнула мысль, не определить ли ему десяток рублей к празднику для поправки. Но так как лицо этого человека было слишком постное, а взгляд крайне несимпатичный и вызывающий отвращение, то добрая мысль сама собой как-то испарилась». *Ф. М. Достоевский, «Скверный анекдот».*

Основу целостности восприятия образа составляют форма и размер объекта, важнейшими опознавательными признаками являются силуэт тела и его пропорции. Удлиненные пропорции рождают ощущение легкости, бесплотности, одухотворенности и в то же время подвижности, нестабильности. Укороченные пропорции, напротив, дают ощущение приземленности, мощи, стабильности, связи с земным. Восприятие

форм и размеров является неосознанным и не поддается логике и рас- судку.

«Миссис Мазгроув обладала весьма основательными формами, приспособ- ленными ...более для выражения радости и веселья, нежели для томности и пе- чали. Внешний наш объем и объем скорбей наших не должны составлять непре- менной пропорции. Грузная, весома особа столько же имеет права на глубину чувства, сколько имеет их обладательница субтильнейшей на свете талии. Но справедливо это или нет, а бывают несоответствия, которые напрасно пытается примирить наш разум; которым противится наш вкус, которые так и напраши- ваются на усмешку». *Джейн Остин, «Доводы рассудка».*

С помощью зрения человек воспринимает, а в дальнейшем оценива- ет не только зрительный образ как таковой. Он «схватывает» и все дру- гие «кванты информации»: жесты, мимику, позы, взгляд, тактильные знаки (поцелуи, прикосновения), ритм дыхания, проксемику (ощущение пространства) и даже хронемiku (ощущение времени). Именно эти ощу- щения существенно влияют на способы социальной репрезентации, ко- торые становятся характерными и закрепляются в этикете.

Каждый акт восприятия представляет собой *визуальное суждение*, означающее нечто большее, чем просто механическая регистрация ве- щей сетчаткой глаза. Это не пассивное восприятие, когда мир образов просто запечатлевается в органах чувств. Это – активное исследование окружающего мира, высокоизбирательный процесс, при котором внима- ние по-разному концентрируется на разных деталях объекта, в отличие от оптического прибора, регистрирующего все детали с одинаковой точ- ностью. Восприятие не только «схватывание», но и быстрое вычленение нескольких характерных черт объекта.

«...На ней была черная соломенная шляпа, с широких полей сзади на плечи спадала черная кружевная вуаль, плащ – причудливое сочетание строгости и аляповатости, длинное черное платье, такое необъятное, словно под ним надето несколько нижних юбок, и прочные башмаки. Она явно страдала близорукос- тью, ибо смотрела на мир через большие очки в золотой оправе. Ее шею обвива- ла массивная золотая цепочка с большим золотым медальоном, в котором, не со- мневаюсь, заключена была фотография покойного супруга». *С. Моэм, «Джейн».*

Перечислив детали роскошного, но безвкусного и эклектичного наря- да Джейн, С. Моэм выносит ей безжалостный приговор: «Безошибочно понимаешь, что перед тобой добропорядочное ископаемое из семейства наших богатых северных промышленников».

Глазу доступно не только восприятие объектов, но и анализ связи между ними, а это уже уровень умозаключений.

«Заметный и приятный глазу перепад между талией и бедрами посылает мужчине сигнал о том, что данная женщина, во-первых, обладает достаточным размером таза, чтобы выносить ребенка, а во-вторых, не беременна и ... являет- ся отличным кандидатом для продолжения рода. Точно также большой размер груди посылает сигнал о том (шифровка на социобиологическом жаргоне), что потомство будет благополучно выкормлено». *Т. Толстая, «90-60-90».*

Возникающий в нашем сознании образ – это всегда *редуцированное* до некоторых характерных элементов изображение. Таковым (редуциро-

ванными) являлось восприятие первобытного человека: его способность отбирать и сканировать некоторые основные черты, характерные для объекта, была гораздо выше, чем у людей более поздних цивилизаций. Данной способностью обладают и дети. Цель редуцированного восприятия сводится к выбору таких характерных черт, которые обнажают сущность и способствуют формированию некоторого обобщенного представления о воспринимаемом объекте. Так, самый выразительный элемент в образе Евпраксеюшки – широкая спина – символ ее физически выносливой, но неразвитой натуры.

«Наружность ее не представляла особенной привлекательности... ничего выдающегося, кроме разве спины, которая была до того широка и могуча, что у человека самого равнодушного невольно поднималась рука, чтобы, как говорится, “дать девке раза” между лопаток. <...> Спина – это ее конек. Давеча даже старик Савельич, повар, и тот загляделся и сказал: ишь ты спина! ровно плита!» *М. Е. Салтыков-Щедрин, «Господа Головлевы».*

Конструируя свой образ, человек использует свое тело как инструмент знаковых объективаций. Имидж в системе социальных связей может выступать как способ социализации желаний и мыслей индивида, «к которым он приобщает себе подобных, делая свои мысли осязаемыми и понятными для других» [8, с. 109].

«Иудушка, побрякивая, встал с дивана, ...сгорбился, зашаркал ногами (он любил иногда претвориться немощным: ему казалось, что так почтеннее)». *М. Е. Салтыков-Щедрин, «Господа Головлевы».*

Точно также в свое время любила в глазах детей разыграть «роль почтенной и удрученной матери» и сама Арина Петровна.

«Две девки поддерживали ее под руки; седые волосы прядями выбивались из-под белого чепца, голова понурилась и покачивалась из стороны в сторону, ноги едва волочились... ее поддерживали под руки девки». *М. Е. Салтыков-Щедрин, «Господа Головлевы».*

Очевидно, что демонстрация немощности не может быть привлекательной ни в одной культуре. Однако расширительное толкование «знака старости» как «знака почтения» в данном случае важнее, чем его прямое толкование. Старость выступает здесь не как символ слабости, а как следствие долгой жизни, за которой стоят опыт и право на уважение. Именно эти мысли и желания «социализуют» Иудушка и Арина Петровна, программируя окружающих на беспрекословное подчинение себе.

Любое общество старается создать тонко разработанные знаковые системы, превращая вещи в знаки, чувственное – в значимое. Для того чтобы сделать эти системы работающими, в обществе появляются репрезентативные физические объективации, помогающие этим знакам закрепиться в поведении и сознании. После того как эти системы созданы, люди стараются сделать их как можно более заметными визуально, а затем столь же упорно начинают их маскировать. Р. Барт считал возможным даже ввести градацию обществ по «степени откровенности» – читаемости или завуалированности – их знаковых систем. Имидж можно рассматривать как феномен, в котором и отражается постоянное воспро-

изводство знаков социальной действительности в контексте коммуникации и как умение пользоваться этими знаками в целях коммуникации.

«Шляпы, петлицы, монокль – Флер не забывала обо всех этих атрибутах, способствующих политической карьере (ее мужа)». *Дж. Голсуорси, «Сага о Форсайтах».*

Подобно любым социальным смысловым системам знаки должны поддерживаться обществом или группой, для которой они имеют характер объективной реальности и которая непрерывно создает для них новые значения, манипулируя престижными символами [9, с. 140]. Так работают все конвенциональные системы и, прежде всего, свод правил этикета.

«С мужчинами он был учтив, но не искателен; он только соизмерял свою учтивость и поклоны с уменьшением номера класса и с увеличением знаков отличия, так что Анне с короной он кланялся с развязной улыбкой, а Андрею Первозванному – с чувством глубокого почтения». *В. А. Соллогуб, «Аптекариша».*

Такое соединение и жесткое закрепление типизированного поведения или образа со смыслом становится своеобразной формой контроля над образом. Здесь видна прямая связь между совокупностью смыслов определенной культуры и возникающим набором типических образов. В любом обществе существуют стереотип физической привлекательности, а также презумпция веры в то, что привлекательные (с точки зрения определенной культуры) люди обладают значимыми положительными чертами. Так, благонамеренная наружность Чацкого и Чичикова долгое время позволяла им пользоваться неограниченным кредитом доверия окружающих.

«Конечно, нельзя думать, чтобы он мог делать фальшивые бумажки, а тем более быть разбойником: наружность благонамеренна, но при всем при том кто же он был такой на самом деле». *Н. В. Гоголь, «Мертвые души».*

Имидж в социокультурном пространстве выступает и как символический капитал. Вот что пишет П. Бурдьё в своей работе «Практический смысл»: «Символический капитал имеет ценность, позволяя иметь вместо денег свое лицо, имя, честь. Общественное представление – это целостное представление о человеке, которое включает в себя представление о ценностях, господствующее в конкретном обществе. Демонстрация символического капитала – всевозможные разорительные шествия, свадебные эскорты, торжественные приемы – выглядят как неоправданные поступки. Однако ...существует экономическая рациональность и оправданность таких форм поведения, где экономизм и рациональность отбрасывается» [10, с. 233].

«В большом свете есть такие вещи, которые нельзя не иметь: скорее сделать дурное дело, скорее украсть, скорее умереть со стыда, чем сознаться в своем недостатке... Житель степной деревни не может постигнуть, сколько занятых рублей, сколько грядущих урожаев уничтожается в один вечер для пустой чести занять почетное место между людьми». *В. А. Соллогуб, «Большой свет».*

«У тебя нет фрака? Вот тебе раз! А без этого, брат, не обойдешься. В Париже, к твоему сведению, лучше не иметь кровати, чем фрака». *Ги де Мопассан, «Милый друг».*

Одной из самых значимых и универсальных социальных практик является процесс создания иерархических систем и соответствующих им иерархических знаков. Способность создавать и закреплять иерархические представления в визуальных знаках была свойственна человеку уже на самых ранних этапах развития и выступала неизбежным следствием основного, ориентировочного, инстинкта. Для того чтобы иерархия поддерживалась, она должна манифестироваться в знаках. На начальных этапах развития общества индивид оперирует так называемыми одноуровневыми знаками, предполагающими однозначную расшифровку без дополнительных коннотаций. Эти знаки были настолько откровенными, что были понятны каждому без специальной подготовки. «Читать» их не составляло особого труда. К этой группе можно отнести все знаки, связанные с демонстрацией силы, величия, власти. В эту же группу следует включить знаки принадлежности к полу (помните, у Гоголя воплощение мечты о гипертрофированной женственности: «...Даже сзади подкладывают немного ваты, чтобы была совершенная бель-фам»).

На следующем этапе развития общества социальные различия уже нельзя было грубо афишировать, это стало не интересно, примитивно. Простые знаки сменяются более сложными, они становятся не столь откровенными и бросающимися в глаза, выразительную знаковую функцию начинает нести не весь образ целиком, а его отдельные едва заметные детали, которые не «говорят в полный голос», а «шепчут, намекают, вызывают ассоциации». Деталь, «пустячок», «не знаю что» (термины Р. Барта) становятся новой эстетической категорией. Акцент делается на дорогих изысканных деталях, которые одновременно демонстрируют стоимость и принадлежность к высшим кругам, причем делают это ненавязчиво, завуалированно.

«Консервативные, как “Кадиллак” пятьдесят третьего года, стильные, стоящие бешеных денег. Не очки, а символ общественного и материального положения». *Т. Устинова, «Большая игра».*

Эту же роль могут играть и запахи, которые, как и цвета, и звуки, рождают не просто физиологические ощущения, но и эмоционально-эстетическое отношение к объекту, приводят нас к неожиданным заключениям о его качествах социально-культурного свойства.

«От него пахло не то духами, не то цветами. “Богатством”, – догадалась Женья». *Л. Улицкая, «Сквозная линия».*

Со временем одним из главных достоинств костюма становится не очевидная всем дороговизна, а элегантность, которую могут заметить и оценить только знатоки. Во внешнем облике начинают цениться индивидуальность, непохожесть, творческое начало, умение носить костюм. Появляется понятие «стиля». Самой изобретательной оказалась буржуазия средней руки. Так появился новый тип – изысканный человек, денди, который стал искусным творцом своего образа, довел его до художественного творения, создал новую философию создания имиджа.

«Пустой человек украшается, только умный человек умеет одеваться. Истинно светский человек должен проходить среди толпы так, чтобы его не замечали,

... чтобы быть совершенно похожим на других и в то же время отличаться неуловимой печатью тона и приличия: пусть он будет не узан толпою – его узнают и заметят свою».

«Только одна роскошь еще может быть допущена – это роскошь простоты. Все, что метит на эффект, отзывается дурным тоном». *Оноре де Бальзак*.

Приведенные примеры являются занимательной иллюстрацией того, как литературные произведения могут наполнить отвлеченные понятия конкретным осязаемым содержанием. В современном дискурсе вместо классической интерпретации текста как произведения, созданного конкретным автором, возникает новый процесс смыслопорождения в новом вербально-дискурсивном пространстве, уже не зависящий от автора-творца. Читатель, не современник автора, живущий в системе других парадигм, набрасывает на него свою систему смысловых координат и из пассивного потребителя превращается в производителя новых смыслов.

Литература

1. *Климова С. М.* Миф и симулякр / С. М. Климова, О. В. Губарева // Человечество. – 2006. – № 6. – С. 113–120.

2. *Медведева Л. М.* Болезнь : анализ культурного феномена в гуманитарном контексте / Л. М. Медведева, И. К. Черёмушников // Философия социальных коммуникаций. – 2013. – № 3(24). – С. 110–118.

3. *Лаппо-Данилевский А. С.* Методология истории / А. С. Лаппо-Данилевский. – М. : Территория будущего, 2006. – Т. 2, ч. 2. – С. 42–45.

4. *Пелипенко А. А.* Рождение смысла / А. А. Пелипенко // Личность. Культура. Общество. – 2007. – Вып. 3(37).

5. *Минц С. С.* Культура и самосознание. Лекции по культурологии / С. С. Минц. – Краснодар : Кубанский гос. ун-т, 2008.

6. *Черёмушников И. К.* Имидж как смысловая реальность культуры / И. К. Черёмушников // Вестник Воронеж. гос. ун-та. Сер.: Философия. – Воронеж : Изд-во ВГУ, 2011. – № 1.

7. *Кирсанова Р. М.* Костюм в русской художественной культуре / Р. М. Кирсанова. – М. : Большая рос. энцикл., 1995.

8. *Эко У.* Отсутствующая структура. Введение в семиологию / У. Эко. – СПб. : Петрополис, 1998.

9. *Бергер П.* Социальное конструирование реальности / П. Бергер, Т. Лукман. – М. : Медиум, 1995.

10. *Бурдые П.* Практический смысл / П. Бурдые. – СПб., М. : Алетея, 2001.

Волгоградский государственный медицинский университет

Черёмушников И. К., доктор философских наук, доцент кафедры истории и культурологии

E-mail: inhabitus@mail.ru

Тел.: 8-917-838-22-51

Volgograd Medical State University

Cheremushnikova I. K., Doctor of Philosophical Sciences, Associate Professor of the History and Culturology Department

E-mail: inhabitus@mail.ru

Tel.: 8-917-838-22-51