

Институт филологии, массовой информации и психологии
Новосибирского государственного педагогического университета
ул. Виллюйская, 28, корп. 3, Новосибирск, 630126, Россия

E-mail: ssom@hotmail.ru

ЦИФРА И ВЕЩЬ В БИОГРАФИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ СОВРЕМЕННОЙ ЖУРНАЛЬНОЙ ПЕРИОДИКИ

Исследуются журнальные тексты «глянцевого» отечественного издания «GalaБиография», с семиотических позиций рассматривается реализация этих текстов в парадигме биографического дискурса, эксплицирующего гендерные стереотипы, а также идеологию цифры и вещи, являющуюся своего рода регулятором масскультурных норм и создающую так называемую коммерческую привлекательность современного издания.

Ключевые слова: глянцевый журнал, дискурс, система вещей, симулякр, массовый читатель, постмодернизм, медиафигуры, биография, общество потребления.

...нашим единственным утешением остаются вещи; это бытовая мифология, в которой гасится наш страх времени и смерти.

Жан Бодрийяр

Современная российская журнальная периодика представляет собой весьма разветвленную систему, ориентированную как на качественный, так и на так называемый «массовый» контент. Ряд российских изданий (преимущественно неинформационного характера) пытается найти «золотую середину», совместив стратегии массовой, шаблонной, литературы с приемами, рассчитанными на более-менее подготовленного, прежде всего в культурном смысле, читателя. Характер подобного конструирования вполне укладывается в постмодернистскую парадигму: адресату, с одной стороны, доступно содержание материалов, оно не требует от читателя специализированной предпосылки, с другой стороны, реципиент приобщается к миру «высокой художественности», становится частично концептированным читателем, что, безусловно, создает у него иллюзию если не всезнания, то достаточной эрудированности, прежде всего, в вопросах, касающихся культуры.

Конструкторы современного журнала, учитывая эту постмодернистскую ситуацию, изобретают новые стратегии так называемых «приемов привлечения читательского внимания». Одной из таких стратегий создания «смыслов», механизмов «контроля за дисциплиной дискурса» [Силантьев, 2006. С. 50] становится универсальный биографический дискурс, формирующий «общекультурное» пространство современной журнальной периодики. За последнее десятилетие «появилось сразу несколько журналов, посвященных биографиям известных людей <...> “Караван историй”, “Коллекция Каравана историй”, “Имена”, “Биография”, “Story”, “Интервью” <...> что позволяет говорить о появлении отдельного типа “биографических” журналов» [Григорьева, 2010].

«Каждая эпоха, – как заметил Вадим Руднев, – по-своему представляла то, как надо строить человеческую жизнь и как ее следует изображать на бумаге» [2003. С. 51].

Биография (наиболее полно описана в классической работе С. С. Аверинцева «Плутарх и античная биография» [1973]) как особый механизм построения событийности имеет древнюю традицию, ставшую во многом почти «архетипом» сюжетосложения: «С максимальной полнотой референтная компетенция биографического дискурса проявляет себя в классическом романе реалистической парадигмы, где “образ становящегося человека” с его уникальным жизненным опытом <...> выводится в “просторную сферу исторического бытия”» [Тюпа, 2002].

Безусловно, в современных журнальных биографиях эта стратегия подчиняется нормам массового искусства, во многом профанирующим законы художественной словесности и диктующим разные локальные способы воздействия на реципиента, в частности, идеологию цифры и вещи. Тем не менее «память жанра» сохраняет свои генетические функции, поэтому «концептированный адресат биографического и тем более романного дискурса призван обладать проективной компетентностью остранным узнавания: себя – в другом и другого – в себе. Ему надлежит уметь проецировать чужой экзистенциальный опыт присутствия в мире на свой опыт жизни, а также проектировать свою жизненную позицию, опираясь на индивидуальный опыт чужой жизненной позиции» [Там же]. Позволим сделать лишь небольшую поправку: на наш взгляд, эмпатия свойственна любому типу реципиента, в том числе и неконцептированному.

Названия рубрик журнала «GalaБиография»¹, в принципе, не выходят за пределы обозначенной семиосферы: «Фотобиография», «Биография вещей», «История одной любви» и т. д. Обратим внимание на «зарядку» всех этих материалов обилием *цифровых* знаков, прежде всего, дат. Наиболее важные даты из жизни изображенного героя вынесены за пределы собственно вербального текста. В основном это касается публикаций об исторических личностях. Само название журнала обязывает использовать цифровой материал, являющийся смысловым каркасом публикаций.

Так, в сентябрьском номере «Биографии» по всему тексту в определенном порядке

«расставлены» набранные крупным шрифтом даты в материалах о Марине Цветаевой, Грете Гарбо, победительницах конкурсов красоты, Наполеоне, Егоре Кончаловском, Конан Дойле и др. С одной стороны, графические выносы выполняют фактологически-просветительскую функцию, и в этом смысле играют немаловажную роль в формировании, скажем так, исторического представления о мире. С другой стороны, такого рода публикации – симулякры историзма, и не потому что искажают так называемую объективную картину мира (любой текст есть трансформация действительности), а потому что конструируют предельно стереотипизированный образ того или иного исторического деятеля, по сути, агрессивно навязывая именно такое понимание объекта рефлексии (о степени влияния таких стереотипов можно судить по тому факту, что исторические личности, превращаясь в медиафигуры, становятся объектом оценивания и обсуждения со стороны носителя массового сознания, часть представителей этой аудитории воспринимают подобную информацию как некую общепринятую норму и оперирует ею как достоверной и правильной, часто оценивая поведение других людей согласно канонам этой нормы).

Журналу не чужд дух умеренного эпатажа, авангардистской стратегии, не просто успешно продающейся, но и, «в условиях, когда институализация искусства андеграунда <...> превратила его в доходный бизнес» [Ильин, 1998. С. 183], мимикрировавшей под самый коммерческий вид массового журнала – глянецовый («GalaБиография» и по внешнему полиграфическому оформлению – типичный «глянец»). Так, в повествование о Цветаевой включены факты ее любовных увлечений и измены мужу (тема, безусловно, не совсем встраивающаяся в рамки маскультового нормативизма без определенной цензурной шлифовки): *Но Цветаева не была обычным человеком, обычной женщиной <...> Многие ее романы были заочными, эпистолярными и зачастую кончались, когда начиналось личное общение* (с. 33–34), снимая провокационную информацию интерпретацией, исполненной мелодраматическим пафосом: *Адресат этого письма Константин Родзевич и стал первым – и единственным – мужчиной в жизни Цветаевой, с которым сбилось* (Там же). *Вернувшись к мужу, Цветаева ОТКАЗЫ-*

¹ Журнал «GalaБиография» (сентябрь 2008, декабрь 2009, сентябрь 2012 г.).

ВАЕТСЯ от МЕЧТЫ (прописные буквы – так в тексте. – М. М.) когда-нибудь соединиться с Родзевичем» (с. 39) или *Даже проснувшаяся в Марине Ивановне женщина не может окончательно победить в ней Психею, ее поэтическую душу, которая прозорливее Евы и раньше чувствует трагедию* (с. 38). Ср. также в материале о Грете Гарбо: <... > он пожелал встретиться с Гарбо, которую продолжал любить до конца своих дней (с. 64) ².

По всей вероятности, развернутая информация сведений о любовных увлечениях Цветаевой для умеренного журнала явилась бы слишком радикальным имиджевым ходом, не соответствующим ожиданиям читателя ³. Так, массовая культура никогда не использует прием обманутого ожидания (деавтоматизации сознания). Автор, следуя канонам коммерческого письма, объясняет увлечение Цветаевой Радзевичем достаточно просто: *потому что никогда не сбывалось*. Что именно должно *сбыться*, в тексте не комментируется, так как предполагается, что адресат правильно считывает невербально выраженную информацию, ориентируясь на заданность гендерного стереотипа. Естественно, что должна сбыться так называемая *любовь* (важнейший из «дисциплинирующих» кодов, наиболее эксплуатируемый массовой культурой), понимаемая как набор поведенческих функций мужчины и женщины (в частности, для женщины это обретение «единственного» и обязательное замужество).

² Обязательным в каждом номере журнала является повествование об известной иностранной «звезде», причем выбор объекта колеблется от откровенно «желтых» фигур до действительно значимых в культурном контексте. В сентябрьском номере «Биографии» на обложке – лицо Греты Гарбо. Безусловно, актриса представлена в мелодраматическом аспекте. В свое время Ролан Барт писал о ней в «Мифологиях» в семиотическом ключе: «Своим зрителям Гарбо являла как бы платоновскую идею человеческого существа, и этим объясняется, что ее лицо – почти бесполое, хотя и без всякой двусмысленности. В ее прозвище «Божественная» выражалось, скорее всего, не столько совершенство ее красоты, сколько самая суть ее телесного облика – она словно низошла с небес» [2000].

³ Так называемые скандальные темы активно вводятся масскультом в «поле знаний и интересов» современного российского читателя, однако и здесь существует некая норма, которая должна быть строго соблюдена: те, кто выходит за рамки, определенные этой нормой, караются «дисциплиной дискурса».

Таким образом, выполняя просветительскую функцию, популярный журнал задает смыслы, формируя коды поведения и мышления читателя, и шире – коды дискурсов социума вообще, а цифра в данном случае призвана выполнять обсессивную функцию – расставлять факты в сознании реципиента в определенном порядке ⁴.

В целом в публикациях журнала «Gala-Биография», посвященных творческим личностям, авторская стилистическая манера имитирует дискурс традиционного школьного сочинения, конструируемый по шаблонам своеобразной интерпретации, продуцируемой учебниками литературы (особенно советского периода) ⁵. В учебниках, как и в глянцевого периодике, одну из основных функций выполняет числовой материал, но используемый с дидактической целью. Одним из приемов дискурсивной стратегии школьного учебника является обилие цитат, но подтверждающих в нашем случае не художественные особенности произведений, а прикрепленных к какой-либо жизненной ситуации и комментирующих ее: *Про эти поэмы нельзя сказать, что они о любви. Скорее о невозможности любви. Гора, на которой разворачиваются события, – Петришин холм в Праге, любимое место прогулок Цветаевой и Радзевича. Но гора не только место действия, но и герой произведения. Это символ высоких чувств – «верх земли и низ неба». Гора и вторит героям,*

⁴ Совсем иная картина масскультурной мифологии исчисления мира наблюдается в современной художественной литературе. В частности, в книге Д. А. Пригова «Исчисления и установления» (2001 г.) сама идея возможности структурировать наличную действительность профанируется: «В цифрах всегда таилась магия. Тем более в таких экзистенциально основополагающих, как даты рождения и смерти. Почему, кем и зачем они были определены именно такими? <...> Я родился давно. Правда, многие родились и до меня. А многие и после меня появились. И в 41, 42, 43, 44, 45 и 55 <...>. Есть даже родившиеся в 1999 году. Очевидно, будут, думается, и в 2000, 2001, 2002 <...> и даже в 2025 году <...>. А говорят, родятся (может, и врут) в 3002, 3003, 3004 <...>. Но вот если родятся в 3098, то, может, и не помрут уже» [2001. С. 290–291]. Пригов в данном случае исходит из традиции обэриутов (и шире – вообще из идеи раннего авангарда об относительности числового значения), пытаясь подвергнуть подсчету совершенно ненужные с точки зрения обыденного сознания предметы и явления.

⁵ Скорее всего, автор бессознательно следует заданным обществом шаблонам, сложившимся в сознании реципиента как «правильный» способ рассказывания о литературных фактах и творчестве писателей.

и знает то, о чем они пока еще смутно догадываются (далее следует стихотворная цитата из текста Цветаевой)» (с. 40). Или: *Уже первые строки «Поэмы конца» – о несоизмеримости чувств героя и героини <...>. Слишком разные значения вкладывают герои в слово «любовь». Для него: «Любовь, это значит жизнь». Для нее – смерть <...>. Вести такой диалог долго нельзя, и он заканчивается так, как только и может быть закончен, – «тогда простимся» <...>. Не только героиня, но и герой плачут от разлуки <...>. Но расставание – не прихоть, не случайность, а единственно возможный выход (с. 40). <...> Родзевич не знает и не любит ее стихов <...>. А может быть, не хочет знать – ибо их автор не похож на его возлюбленную. Никак нельзя сказать, что они написаны счастливой женщиной <...> (далее – цитата) (с. 40).*

Мощным семиотическим потенциалом обладает изобретенная авторами журнала рубрика «Биография вещей», являющаяся своеобразным «гвоздем» журнала. Вещь (точнее, знания о вещи) также входит в культурный контекст среднестатистического реципиента (сумка, пиво, шоколад, женские колготки, бюстгальтер, помада, часы и т. д.), а рубрика «Биография вещей» служит (скорее всего, автор делает это по большей части бессознательно, ориентируясь на существующие в социуме дискурсы) формированию норм потребительского сознания, так как, безусловно, «человека прежде всего интересует в вещи ее назначение, цель, которую эта вещь преследует, точнее, с помощью которой она достигается» [Топоров, 1993. С. 71].

В классической работе «Система вещей», во многом предопределившей развитие постмодернистской эпохи, Жан Бодрийяр пишет: «Отношения между людьми, осуществляясь в сфере <...> конфликтности, никогда не позволяют так тесно слить абсолютную единичность и безграничную серийность; поэтому такие отношения всегда являются источником тревоги. Напротив того, в сфере вещей <...> можно обрести спокойствие. <...> Вещи играют регулятивную роль в повседневной жизни, они разряжают немало неврозов, поглощают немало напряжения и энергии скорби; именно это придает им “душу”, именно это делает их “своими”, но это же и превращает их в декорацию живучей мифологии – идеальную

декорацию невротического равновесия» [2001. С. 99]. И далее: «Укрытость в замкнутой синхронии можно считать отрицанием реальности и бегством от нее, имея в виду, что вещь получает ту психическую нагрузку, которую “должны были” взять на себя отношения с людьми, – но именно такой ценой вещи и получают свою огромную регулятивную силу» [Там же. С. 109]. Мало того, вещь как таковая является двойником человека, так как «каждый из нас имеет свое собрание вещей (одежда, книги, архив и прочее), что и составляет наше семиотическое “я”, входит в нашу идентичность» [Байбурин, 2004]. Следуя за идеями Ж. Бодрийяра, А. К. Байбурин говорит о семиотическом статусе вещи, функционирующей в различных бытовых ситуациях и соответственно меняющей свой «облик». Так, «попав в музейную коллекцию, вещь становится музейным экспонатом, и отныне она навсегда становится “знаком”» [Там же]. В нашем случае, когда происходит экспликация вещи как текстовой действительности, мы можем утверждать, что, попав в гляцевый журнал, предмет становится одним из знаков массового сознания наряду с медиафигурами, вполне реальными людьми. Возможно, не случайно рубрика обозначена как «Биография вещей»: в названии налицо сращение семантики живого и семантики неживого.

Потребление, по Бодрийяру, эскапизм. Соответственно, журнал является своего рода текстуальным вариантом «вещи», вербальным сопроводителем конкретного предмета, т. е. реципиент получает еще и дополнительное удовлетворение не только от обладания вещью, но знания о ней, точнее, набора интересных фактов. В сентябрьском выпуске 2012 г. автор представляет читателю историю сумки, которая семиотически содержит как идею накопления, собирания, так и является особым хронотопом: *Афоризм о том, что дамская сумочка – та же черная дыра, нравится не только мужчинам, но и женщинам. Вроде бы шуточный, он таит в себе искреннее уважение к простому и в то же время таинственному предмету, в котором может уместиться все необходимое для жизни (с. 107).* Не случайно материал так и назван – «Мир внутри сумки». Публикация богато иллюстрирована, сопровождается указателями дат и выстроена согласно строгой «исторической»

хронологии: повествование захватывает период от первобытного строя до современной эпохи. Удачным рекламно-коммерческим ходом является и традиционное окончание рубрики «Биография вещей»: на последней странице размещена не только реклама той самой вещи, о которой рассказывается в материале, но и других предметов, имеющих к ней отношение (ключница, натуральная минеральная вода, ароматизированный крем для рук, лак для ногтей, туалетная вода, тени для век, шоколадные конфеты и т. д.). В этом смысле сумка, вмещающая, как сказано в тексте, целый мир, – идеальный способ рекламирования любых объектов, способных хотя бы физически поместиться внутри.

Симптоматичным в плане экспликации бодрийеровских идей на страницах «Биографии» кажется апология коллекции как таковой. В публикации, рассказывающей об истории елочных игрушек (декабрь 2009 г.), прежде всего, привлекает внимание следующий фрагмент, которым автор статьи завершает композицию своего текста: *Сегодня коллекция Балашак – лучшая в мире, в нее входит более 2500 елочных игрушек. В 2002 г. ее собрание демонстрировалось во Всероссийском музее декоративно-прикладного <...> искусства, вызвав восхищение публики и жгучую зависть отечественных коллекционеров <...>. Можно легко вообразить, какие страдания испытывают коллекционеры игрушек с приближением Нового года* (с. 80). И далее: *Хочется извлечь из коробок <...> заветные сокровища и украсить елочные ветки блестящими шарами <...>. Но ведь Новый год – праздник веселый, дети и подвыпившие гости обязательно разобьют пару-тройку ценных экземпляров. Но как можно держать в темноте, вдали от восхищенных взглядов, такую красоту? И собиратели, скрепя сердце, достают игрушки и вешают их на елку* (с. 80) (подчеркнуто нами. – М. М.). Обратим внимание на повторяемость определенных лексических единиц: *зависть коллекционеров, страдания испытывают коллекционеры, собиратели, скрепя сердце, достают игрушки*, эксплицирующих, на наш взгляд, тот факт, что, «вероятно, в этом и заключается главная функция коллекции – переключить реальное время в план некоей систематики <...>. Она попросту отменяет время. Или, вернее, систематизируя время в форме фик-

сированных, допускающих возвратное движение элементов, коллекция являет собой вечное возобновление одного и того же управляемого цикла, где человеку гарантируется возможность в любой момент <...> вернуться назад, поиграть в свое рождение и смерть. <...> Окруженность и обладание предметами частного быта – крайним случаем каковых является коллекционирование – суть столь же необходимое, сколь и нереальное измерение нашей жизни; они столь же необходимы, как сновидения. <...> Если бы можно было отнять у кого-либо такое регрессивное бегство через игру обладания <...>, то расстройство последовало бы <...> неотвратимо» [Бодрийяр, 2001. С. 108]. Стоит отметить, что информацию о выставках и коллекциях довольно часто можно наблюдать в новостных телесообщениях и на страницах газет, причем подана эта информация в основном в позитивном ракурсе: журналист оценивает коллекционера, собирателя как человека увлеченного и самоотверженного. Такова логика масскультурного нормативизма. Достаточно комичной (скорее, вопреки желанию автора публикации) в контексте приведенного нами фрагмента статьи оказывается фраза *дети и подвыпившие гости обязательно разобьют пару-тройку ценных экземпляров*. Впрочем, в парадигме «глянцевой» журналистики *подвыпившие гости* – такие же полноправные персонажи и, главное, легко узнаваемые, а следовательно, соотносимые среднестатистическим реципиентом с его жизненными реалиями, как и популярные актеры и писатели.

Выбор вещей, о которых повествуется в рубрике, также тенденциозен. Прежде всего, авторы ориентируются на коммерческую значимость и элементарное энциклопедическое любопытство адресата. В общем-то большинство из них действительно интересны. Как экзистенциально значимую вещь можно рассматривать часы (сентябрь 2008 г.), о которых в журнале дана исчерпывающая историческая информация и которые семиотически отрефлектированы Ж. Бодрийяром: «Субстантивируя его (время. – М. М.) и разбивая на отрезки, часы превращают его в потребляемый продукт. Не просто знать, который час, но и «обладать» им через посредство принадлежащей тебе вещи <...> это дает <...> чувство защищенности <...>. Разумеется, подобное равновесие невротич-

но, подобное средство от страха регрессивно – ведь объективно время все-таки необратимо, и оно увлекает за собой даже сами вещи <...>. Ныне, когда исчезают религиозные и идеологические инстанции, нашим единственным утешением остаются вещи; это бытовая мифология, в которой гасится наш страх времени и смерти <...>. Вещи дают человеку уверенность не в посмертной жизни, а в том, что он *уже теперь постоянно и циклически-контролируемо переживает процесс своего существования, а тем самым символически преодолевает это реальное существование, неподвластное ему в своей необратимой событийности*» [2001. С. 107–109].

В свою очередь повествование о вещи тоже может давать нам уверенность в том, что мы переживаем процесс своего существования, преодолевая «страх времени и смерти». Безусловно, нужно отдать должное журналисту, выстраивающему текст, ориентирующемуся на требования масскультурного нормативизма и коммерческой выгоды, и именно в этом смысле подобные публикации и в целом сам журнал сделаны безупречно.

Список литературы

Аверинцев С. С. Плутарх и античная биография. К вопросу о месте классика жанра в истории жанра. М., 1973.

Бодрийяр Ж. Система вещей / Пер. с фр. и сопровод. ст. С. Зенкина. М., 2001.

Байбурин А. К. Этнографический музей: семиотика и идеология // Неприкосновенный запас. 2004. № 1 (33). URL: <http://magazines.russ.ru>

Барт Р. Мифологии. Mythologies / Пер. с фр. С. Зенкина. М., 2000. URL: <http://roza.mira.ws/bibliotheka...mythology/136-mythologies>

Григорьева Л. М. Биографический очерк в современной российской журнальной периодике: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2010. URL: <http://mediascope.ru/taxonomy/term/295>

Ильин И. П. Постмодернизм от истоков до конца столетия: эволюция научного мифа. М., 1998.

Пригов Д. А. Исчисления и установления. Стратификационные и конвертационные тексты. М., 2001.

Руднев В. П. Энциклопедический словарь культуры XX века: ключевые понятия и тексты. М., 2003.

Силантьев И. В. Газета и роман: риторика дискурсных смешений. М., 2006.

Топоров В. Н. Вещь в антропоцентрической перспективе // Aequinox. М., 1993. С. 70–94.

Тюпа В. И. Очерк современной нарратологии // Критика и семиотика. 2002. Вып. 5. С. 5–31. URL: <http://nsu.ru/education/virtual/cs5tjupa.htm>

Материал поступил в редколлегию 21.11.2012

M. Yu. Markasov

NUMBER AND THING IN THE BIOGRAPHIC DISCOURSE OF MODERN PERIODICALS

The article explores journalist texts of «glossy» Russian edition «GalaBiography». From semiotic positions realization of these texts is considered in the paradigm of biographic discourse, explicating gender stereotypes, as well as the ideology of «number» and «thing», which in its own way is the regulator of mass cultural norms and creates the so called commercial attractiveness of a modern edition.

Keywords: glossy magazine, discourse, system of things, simulyakr, mass reader, post-modernism, media figures, biography, consumer society.