

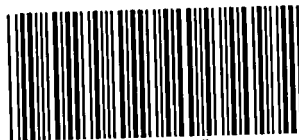
На правах рукописи

Ветф.

ВЕТОШКИНА Юлия Владимировна

**ГЛАМУР В КОНТЕКСТЕ ПОВСЕДНЕВНОСТИ
(ПО МАТЕРИАЛАМ СОВРЕМЕННОЙ ДАМСКОЙ ПРОЗЫ)**

24.00.01 – теория и история культуры



4841619

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата культурологии

3 1 MAR 2011

Шуя 2011

Работа выполнена на кафедре культурологии ФГОУ ВПО «Пермский
государственный институт искусства и культуры»

Научный руководитель: Доктор исторических наук, профессор
Лейбович Олег Леонидович

Официальные оппоненты: Доктор культурологии, доцент
Кубанев Николай Алексеевич

Кандидат культурологии
Серопян Аветис Сережаевич

Ведущая организация: ГОУ ВПО «Пермский государственный
педагогический университет»

Защита состоится «18» марта 2011 года в _____ часов на заседании
диссертационного совета Д 212.302.02 по защите диссертаций на соискание
ученой степени доктора и кандидата культурологии при ГОУ ВПО
«Шуйский государственный педагогический университет» по адресу:
155908, Ивановская обл., г. Шуя, ул. Кооперативная, д. 24, ауд. 220.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ГОУ ВПО
«Шуйский государственный педагогический университет».

Автореферат разослан «15» февраля 2011 г.

И.о. ученого секретаря
диссертационного совета



Д.Л. Шукуров

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования. Современную массовую культуру сегодня представляет гламур, либо в качестве стержневого элемента этой конструкции, либо в виде ее господствующей эстетической формы. Как и подобает массовой культуре, гламур воздействует как на коллективное сознание самых широких общественных групп, так и на публичное и частное поведение индивидов.

Критики современной цивилизации первыми обратили на него внимание, они же и создали соответствующий теме тезаурус: глэм, огламуренность, глэминг. Все эти производные от основного слова достаточно активно используются носителями языка, хотя и не закреплены в официальных словарных энциклопедических статьях (кроме Интернет-словарей). Признав существование гламура и приписав ему разнообразные (чаще всего, отрицательные) коннотации, отечественная публицистика оказалась не в состоянии ответить на вопрос, что же, на самом деле, представляет собой этот феномен.

Иначе говоря, публицистика имеет дело с феноменом современной культуры – динамичным, изменчивым, неустойчивым, агрессивным, – и по этой причине трудноуловимым для отточенных и внятных дефиниций, в особенности на обыденном языке. Поскольку коллективный опыт граждан не в состоянии найти для нового, беспокоящего их явления отлитого в словах обозначения, то в дело вступают гуманитарии с их приспособленным для разгадывания темных смыслов научным аппаратом. Так сложился общественный запрос на гуманитарное знание о гламуре.

Гламур обладает раздражающим эффектом. Его художественные формы вступают в противоречие со сложившимися в большом искусстве эстетическими принципами и артикулированными ценностями. Людями, идентифицирующими себя с интеллигенцией, гламур воспринимается как провокация, унижающая гуманитарную культуру.

Из публицистических текстов тема гламура вошла в проблемное поле гуманитарных исследований культурологов, философов, социологов, даже экономистов, что повлекло за собой на нынешнем этапе множественность подходов и интерпретаций нового предмета изучения. Возникает вопрос, возможна ли метатеория гламура, и если да, то в терминах какой науки?

Для культурологов тема гламура особенно интересна тем, что в ней проявляются не развившиеся до законченных форм культурные тенденции, за которыми, в свою очередь, можно угадать большой культурный процесс, преобразующий всю современную культуру от ее высших художественных форм до низовых структур повседневности.

Степень разработанности проблемы. В современных отечественных исследованиях феномена гламура наиболее представительна эстетическая школа, точнее школа эстетической критики.

Гламур принадлежит массовой культуре. Главное в нем – фальшивая и бессодержательная эстетическая форма, – так утверждают А. Власов и А. Секацкий. Им возражают другие исследователи, считающие отличительной чертой гламура его имморализм.

В гламуре воплощен потребительский гедонизм, свойственный упадку цивилизации, когда отсутствие физического и душевного труда становится нормой и ценностью современного общества (К. Пчелкина, Я. Бражникова, Е. Ермолин, Б. Бондарь, А. Частицына).

Гламур предстает заговором огромных корпораций против человека, этими корпорациями насаждаются идеи вечной молодости, богатства, красоты (Т. Толстая, А. Смирнова), – идеи, которые призваны «огламурить» общество, стандартизировать его вкусы (Дж. Сибрук, Б. Гройс, Н. Иванова) и побудить к безудержному потреблению (Ж. Бодрийяр).

В рамках этого направления предпринимаются попытки рассмотреть гламур как нечто большее, чем просто антипод подлинного искусства и реальной жизни. Гламур интерпретируют как новую идеологию, обладающую собственным культурным кодом. Эта идеология создает образ облегченного мира, удобный современной власти (Л. Рубенштейн). «Заслуга нынешнего правительства в том, что оно сделало гламур возможным», – утверждает П. Святенков.

Этот мир во многом создается и тиражируется при помощи печатной продукции – глянца (Е. Полякова, Ю. Идлис, И. Левотина, А. Барина, В. Зверева).

Наряду с эстетической школой, тему гламура разрабатывает школа экономическая, вписывающая его в контекст экономической культуры.

Начало этим исследованиям было положено трудами П. Бергера, который, занимаясь историей развития буржуазного общества XX века, обнаружил в нем новый класс людей – «людей знания» – то, что называется иначе средним классом: основных потребителей гламура.

Попытку теоретического анализа явления гламура представляет собой концепция «глэм-капитализма», объясняющая, что гламур задает универсальную фундаментальную логику деятельности в экономике, политике, науке; таким образом, гламур выступает как определенная современная технология (Д. Иванов). Глэм-капитализм – социально-экономическая формация, воспроизводящая потребительские ценности, составляющие ядро глэм-культуры (О. Ф. Русакова).

Согласно теории Д. Иванова в обществе есть спрос на гламур – так складывается глэм-экономика, где огромные деньги делаются даже не на брендах, а на трендах. Носителями брендов и трендов являются вещи, которые нам важны не столько сами по себе, не в силу их функции, а в силу их имиджа, который мы можем перенести на себя, стать причастными к их актуальности, обозначить с их помощью свой статус.

Гламур будет приносить успех до тех пор, пока это будет технология, применяемая немногими в условиях, когда все остальные действуют иначе.

Обобщая сказанное, отметим, что гуманитарное исследование гламура до настоящего времени развивается в форме культур-критики. Эта форма гуманитарного знания, созданная в эпоху грюндерства в Германии, оказалась вполне приемлемой для того, чтобы интерпретировать гламур как явление деградирующей массовой культуры эпохи позднего (запоздавшего) капитализма.

В современной философии явление гламура воспринимается, с одной стороны, как наследник китча, утративший свою «стыдливость», принявший экспансивную форму и перешедший в открытое наступление на эстетическую систему высокого искусства. Гламур, согласно А. Секацкому и А. Власову, – это «чучело красоты» или «истина, скрывающая, что ее нет». С другой стороны, предпринимается философская попытка вывести из гламурного существования некоторую жизненную концепцию, присущую определенной прослойке общества, определив его как «бытие в упорстве», стремлении повышать качество своего бытия (А. Смулянский).

Критика гламура (как в иные времена критика урбанизма) позволила обозначить границы явления, его специфические черты, его рассогласованность с культурной традицией, иначе говоря, точнее обозначить предмет исследования, выделить его из общего культурного процесса, создать язык для его описания. В этом и есть главное достоинство первого этапа исследования гламура: его обнаружение, обозначение и диспозиция в более широких социокультурных структурах – в коммуникативном и информационном пространстве, повседневности, современных идеологиях и даже экономических стратегиях. Под оболочкой культур-критики формируются исследовательские поля, позволяющие исследователям-гуманитариям нового поколения выбрать отрасль гуманитарного знания, научную проблематику и методологию.

Современные исследователи явления гламура указали на то, что важным, если не доминирующим носителем гламура является текст, прежде всего, текст литературный.

Для культуролога, приступающего к профессиональной интерпретации гламура, именно текст может стать основным объектом исследования, так как в нем можно найти ответы на вопросы о том, какое культурное содержание несет в себе гламур, что скрыто за «эстетической пустотой», как производятся (и потребляются) симулякры, к каким нормам апеллирует, на какие ценности ориентируется, с какими символами работает, какие модели поведения предлагает.

Гламур, обладая культурным своеобразием, собственной идентичностью, проявляется в самых разных литературных жанрах – от дамской прозы до Живого Журнала. Тем не менее, существует жанр, в

котором гламурность выражена в наиболее законченной и совершенной форме - это жанр дамской прозы. На анализе этих текстов главным образом и выстроено настоящее исследование. Речь идет об анализе культурологическом, предполагающем интерпретацию гламура в контексте массовой культуры - в ожиданиях, оценках и рефлексиях его потребителей и носителей, в данном случае, читателей дамских романов.

Цель исследования – произвести культурологическую интерпретацию отечественного гламура в контексте современной культурной ситуации.

Объектом исследования является современная массовая культура российского общества.

Предметом – гламур как особая форма отечественной массовой культуры, явленная в литературных текстах, преимущественно в дамской прозе.

Гипотеза исследования:

Гламур в современной отечественной культуре является порождением отчужденной и необжитой индивидами постсоветской реальности.

Для достижения поставленной цели в процессе исследования решались следующие задачи:

1. Определить гламур в терминах культурологического знания;
2. Найти и описать социокультурные функции гламура в современном российском обществе;
3. Выявить то, каким образом феномен гламура оказывается вписанным в жизненный мир субъектов, носителей массовой культуры;
4. Обнаружить предпосылки, формирующие потребность гламуризации повседневности в современной культурной ситуации.

Методы исследования.

Главным методом исследования выступает *герменевтический анализ текста* – теория интерпретации и понимания смысла. Производится процедура деконструкции текста (дамские романы, Живые Журналы) в ходе этой процедуры обнаруживаются смысловые единицы, которые являются ключевыми. Эти смысловые единицы содержат в себе некую культурную традицию, являются ответом на общественный вызов и определенным коммерческим предложением, на который есть спрос в современном обществе.

Дополнительным методом в исследовании послужил *метод качественного исследовательского интервью (методика С. Квале)* – полуструктурированное интервью о жизненном мире человека. Цель интервьюирования – описать жизненный мир респондента, что подразумевает интерпретацию смысла описываемых феноменов.

Второй вспомогательный метод – это *анализ текста Владимира Проппа*, адаптированный к сюжетике любовного романа. Произведена попытка показать, что все дамские любовные романы имеют одни и те же каноны построения, т.е. в основе современных любовных сюжетов лежит гламурно-сказочный нарратив, в определенном смысле схожий со строением классической русской народной сказки.

Нам представляется, что, несмотря на разные традиции и научные парадигмы, в которых работали авторы заявленных методов исследования, все эти концепции согласуются между собой.

Источниковедческая база исследования представляет собой две группы источников.

Основным источником для выявления феномена гламура и его культурологической интерпретации выбраны дамские романы, изданные в период с 2004 по 2010 гг. включительно, как особый литературный жанр, в котором это культурное явление выражено в наиболее полной, завершённой и зрелой форме. Обозначим критерии, по которым дамские романы выделяются в отдельную группу текстов, не совпадающую с женской прозой.

Прежде всего, речь идет о критериях эстетических. Дамская проза сконструирована по единому лекалу, предназначенному для легкого чтения: единообразный сюжет, выхолощенный и упрощенный язык, шаблонные конфликты, персонажи с четко расписанными функциями, обязательный «хэппи-энд».

С точки зрения критериев этических, дамская проза выступает носителем специфических ценностей для ее читателей: материального комфорта, успешности, обязательной компенсации за душевные инвестиции и гарантированности счастья за нелегкие жизненные испытания.

С культурологической точки зрения, дамские романы представляют собой симулякр действительности, некий синтетический продукт, искусственную конструкцию, отсылающую к мнимым реалиям.

Дамские романы с экономической точки зрения пользуются коммерческим успехом: издаются тысячными тиражами, быстро продаются, экранизируются (А. Берсенева «Антистерва», В. Мельникова «Колечко с бирюзой», А. Парфенова «Мочалкин блюз»), входят в интернет-рейтинги самых читаемых книг (А. Артамонова, Н. Перфилова).

Выборка авторов данных текстов обусловлена коммерческой успешностью их «книжных продуктов».

В список этих текстов не попала Оксана Робски, несмотря на то, что журналисты и литературные критики окрестили именно этого автора «королевой гламура». Гламурная повседневность, конструируемая О. Робски, оказалась чуждой и неверифицируемой для пермских респондентов.

Гламурность, однако, не ограничивается художественными текстами. Для выявления точек соприкосновения между гламурной беллетристикой и политическими текстами, кроме дамской прозы, для анализа используются тексты Живых Журналов (иначе ЖЖ) пермских блогеров.

В данном исследовании дамские романы и записи в ЖЖ выступают как явления одного культурного порядка, так как виртуальные дневниковые записи и сюжеты дамских романов объединяет некий схожий замысел их авторов. Сочинители дамских романов стремятся создать художественный мир, наполненный по внешности предметами и образами из жизненного мира читателей, а по содержанию иллюзорный, сказочный, во многом приукрашенный. Эстетика гламура отличается, в первую очередь, тем, что ее целью не является обнаружение прекрасного в представленном ею явлении, или артефакте, но раскрашивание его в соответствии со вкусами потребителей по готовым шаблонам.

Те авторы ЖЖ, которые подчиняют свои тексты таким же эстетическим категориям, производят симулякры, по смыслу совпадающие с произведениями авторов дамских романов.

В качестве исследуемого материала мы отобрали два Живых Журнала, авторство которых принадлежит бизнесмену, политтехнологу, директору Пермского музея современного искусства Марату Александровичу Гельману и губернатору Пермского края Олегу Анатольевичу Чиркунову. Нами были изучены записи за весеннее-летний период 2010 года. Поскольку это очень большой текстологический массив, то из них отбирались только те нарративы, с помощью которых и происходит конструирование оглауренного жизненного мира.

Гламурная презентация в этих онлайн-дневниках происходит за счет темы «искусства», которую выносит на всеобщее обсуждение М. Гельман, и темы «политики», которую создает и насыщает текстами О. Чиркунов.

Это интернет-дневники известных людей, которые ведутся с определенной регулярностью и содержат большой объем сторонних комментариев.

Описание реалий в обоих дневниках касается пространства города Перми, что позволяет нам локализовать сюжет гламура, проанализировать конструирование его на пермской почве.

Методологическую основу исследования составили труды А. Шюца, в которых обозначен круг проблем социологии повседневности, особенности феноменологического метода изучения повседневного мира.

Методологическое исследование реализуется в определенных принципах:

- конструирование жизненного мира. Предположения А. Шюца о конструировании мира и о естественной установке на жизненный мир продолжили его ученики Питер Л. Бергер и Томас Лукман. Они выдвинули

тезис о том, что предуготовленное в обществе знание изображает порядок. Общество определяет это тем, «что каждый знает» действительность, в которую люди вступают и в которой, размышляя и действуя, движутся, поэтому П. Бергер и Т. Лукман говорят также о «социальном конструировании реальности». Порядок принимается членами общества как само собой разумеющийся. Важнейший инструмент этого посредничества в конструировании реальности есть язык;

- включение в этот мир фактов и событий действительности происходит по принятому и разделяемому людьми алгоритму. Рутинная повседневной жизни оказывается тем базисом, над которым постоянно надстраиваются новые явления и события, которые постепенно переходят в разряд привычных, повседневных.

- в структуру жизненного мира входят социально одобряемые и разделяемые иллюзии и фантазмы.

Мы изучаем феномен гламура в контексте теории повседневности комплексно. С одной стороны, гламур рассматривается как часть повседневности, встраиваемая в жизненный мир индивидов с целью его орнаментирования, а с другой – гламур выступает как некий заказ на повседневность от человека отчужденного и в профессиональной, и в частной жизни. Во втором случае гламур осуществляет попытку снять напряжение и удовлетворить определенные общественные желания и потребности.

Нами реализованы 3 направления исследования: первое - главное - направление - проведение полевого антропологического исследования; второе направление - культурологический анализ литературных текстов, включающий отбор смысловых единиц, выделение главных стилеобразующих черт и функций; третье направление - анализ текстов Живых Журналов. Использована сходная с анализом литературных источников процедура.

Теоретическую основу исследования образует феноменологическая философская традиция Э. Гуссерля - А. Шюца. Согласно этой традиции изучение культурного явления возможно через призму интерсубъективного опыта, образующего жизненные миры индивидов.

А. Шюц вводит понятие «жизненного мира», которое заимствовал у Э. Гуссерля, но придал ему иное концептуальное содержание. Понятие жизненного мира и повседневной жизни соотносятся друг с другом как целое и часть.

Жизненный мир А. Шюца есть продукт человеческого сознания, образ мира, ментальная структура. Жизненный мир складывается из большего или меньшего количества частных моделей или сфер реальности с конечными структурами значений. Модель повседневной жизни занимает среди них центральное положение. Такое различие принципиально, так как

позволяет отделить повседневность от других сфер жизни и показать ее специфику.

Идеи А. Шюца были развиты его последователями Т. Лукманом и П. Бергером, Г. Гарфинкелем, А. Сикурелем, И. Гофманом и др.

Основные этапы исследования следующие:

Определение критериев отбора; составление выборки; разработка диалогической матрицы; интервьюирование, расшифровка записей, их культурологическая интерпретация.

Описание выборки. В исследовании принимали участие 11 респондентов, из которых десять были женщинами и один мужчиной. В данном исследовании мужчина не проявляет свой мужской «гендер» (под гендером мы понимаем социальный пол), он, наоборот, примеряет на себя роль «читающей горожанки» и делится своими впечатлениями в отношении подобного вида литературы.

Все респонденты являются горожанами: жителями города Перми.

Мы отбирали участников исследования по двум критериям: чтение отечественных дамских романов и согласие обсудить их с интервьюером под диктофон.

Возраст интервьюируемых имеет самый широкий диапазон: самым молодым участникам беседы около тридцать лет, их четверо, самой пожилой респондентке – восемьдесят лет. Производить градацию по возрасту или вычленять некие возрастные группы, дабы рассортировать участников, не представляется нужным, потому что не несет никакой смысловой нагрузки.

Заметим только, что все наши респонденты люди в определенной степени состоявшиеся, т.е. имеющие образование, определенный социальный статус, работающие или находящиеся на заслуженном отдыхе. Этот факт говорит о сложившемся мировоззрении респондентов.

Сфера деятельности респондентов так же имеет широкий спектр, хотя больший процент представлен дамами, имеющими высшее гуманитарное образование, высшее техническое образование имеет только один респондент – мужчина – этот факт говорит о том, что дамские романы читают женщины и мужчины, и профессия в данном случае не является определяющим фактором.

Методика исследования предполагала разработку диалогичной матрицы, на основании которой и велась беседа. Исходными для начала разговора послужили такие вопросы, как: «Бывает ли у вас свободное время, и как Вы его проводите?», «Любите ли Вы читать?», «Что Вы читаете в данный момент?»

Участницы исследования описывали свою жизнь и то, какое место в ней занимает процесс чтения вообще и чтение дамских романов в частности. Испытуемые, реконструируя в процессе интервью свою жизнь,

описывали интересующий нас предмет – дамские романы, и определяли то, какое место чтение подобной литературы занимает в их жизни

Для *обработки результатов* нами был использован качественный анализ содержания. Используя данные анализа нарративов, мы смогли ответить на вопрос о том, что необходимо для процесса самоидентификация читателя дамского романа с главной героиней, и для чего это нужно самим читателям.

Научная новизна исследования состоит в следующем:

- Выполнена интерпретация гламура в контексте современной культуры, которая позволяет расширить и уточнить культурологическое знание о современной культурной ситуации в России;

- Обозначены основные культурные функции гламура, а именно: замена действительности воображаемой реальностью, конструирование симулякров, замещающих и вытесняющих элементы жизненного мира; мифологизация действительности людьми постсоветской России;

- Предъявлена социокультурная ситуация, благоприятствующая для генезиса, распространения и восприятия гламура, а именно: ситуация глубокого культурного раскола; разрыва культурных традиций, неустойчивости и сомнительности культурных статусов, огрубления поведенческих моделей;

- Реконструированы формальные приемы гламуризации действительности, ее эстетическая компонента, «цепляющая» читателей, выполненная при анализе дамской прозы и Живых Журналов.

Теоретическая значимость работы: результаты исследования обосновывают совершенно новую теоретическую концепцию гламура. Благодаря этой теории существенно дополняются сложившиеся представления в области знания, касающиеся теории современной массовой культуры.

С помощью целостной авторской концепции о социокультурном явлении гламура, являющегося на данный момент ядром современной массовой культуры, создаются новые направления для теоретических и прикладных исследований в данном направлении.

Практическая значимость работы:

Автором диссертационной работы по материалам своего исследования был разработан и внедрен на практике учебный курс «Культура повседневности» для студентов специальности «Культурология».

Полученные теоретические положения концепции гламуризации повседневности так же могут быть использованы на практике при чтении различных учебных курсов, таких как: «Теория культуры», «Философия культуры», «Социология культуры», «Культура повседневности», «Современная городская культура» и др.

Разработанная автором концепция может составить основу специальных курсов, посвященных практикам повседневности постиндустриального общества.

Достоверность и обоснованность исследования:

Достоверность проведенного исследования определяется использованием научных методов, принадлежащих к инструментарию гуманитарного знания. Эти методы сбора информации апробированы антропологическими исследованиями, проводимыми в нашей стране (Е. Р. Смирнова-Ярская, П. В. Романов, А. А. Аношкин) и за рубежом (К. Леви-Строс, М. Мид, Н. Чодороу).

Результаты исследования обоснованы большой исследовательской традицией, трудами культурологов (И. Гофман, Т. Лукман, П. Бергер).

Апробация основных идей исследования.

Основные положения и выводы диссертационного исследования докладывались и обсуждались на научно-практических конференциях: Всероссийская конференция студентов, аспирантов, докторантов «Майские чтения» (Пермь, 2002 г.); Всероссийская научно-практическая конференция «Культурологическое образование: историческая перспектива и современные тенденции» (Пермь, 2006 г.); Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием «Система непрерывного художественного образования: теоретико-методологические аспекты» (Пермь, 2007 г.); Всероссийской конференции «Социально-культурное пространство региона: традиции, опыт, инновационные модели» (Пермь, 2008), Всероссийская научная конференция с международным участием «Бренное и вечное: власть и общество в мифологиях модернизации» (Великий Новгород, 2010).

Основные положения и выводы диссертационного исследования докладывались и обсуждались на общегородских научно-практических семинарах в Пермском государственном техническом университете (кафедра культурологии) в рамках темы «Эстетические конвенции» (Пермь, 2010 г.).

Положения, выносимые на защиту:

1. Гламур – это субстрат, ядро современной отечественной массовой культуры. Он воздействует на общественное сознание индивидов, прежде всего тем, что замещает созданный коллективным опытом жизненный мир сфабрикованным симулякром, или в более мягкой форме, вводит в жизненный мир сконструированные им компоненты.

2. С точки зрения истории культуры гламур конструирует мифологическую действительность, которая создается объединенными усилиями конструкторов, авторов дамских романов, Живых Журналов и, с другой стороны, - потребителей, т.е. читателей.

3. Запрос на гламур формируется в социальных сообществах, потерявших в современном социальном пространстве. Для индивидов, испытывающих затруднения в процессе идентификации, гламур выступает в качестве своеобразного заменителя привлекательного социального мира, его воображаемым «двойником».

Структура и объем работы. Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения и библиографического списка (содержащего 242 наименования). Общий объем работы – 152 страницы.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Диссертационное исследование состоит из введения, двух глав, заключения и библиографического списка.

В первой главе «Эйдос повседневности в современной культуре» изучается социокультурное явление гламура, который оказывается встроенным тем или иным образом в жизненный мир большинства наших современников. Посредством изучения эйдоса виртуальной, книжной повседневности определяется место, структура и функции гламура на современном этапе.

В первом параграфе «Гламур как симулякр повседневности» рассматривается история зарождения и становления явления гламура, расцветом которого принято считать период экономического кризиса в США (1930-е годы XX века) и одновременный расцвет Голливуда.

В российскую повседневность слово «гламур» вошло при жизни нынешнего поколения, в постсоветскую эпоху, в начале 1990-х гг., благодаря российским средствам массовой информации: журналам, газетам, телевидению. Настоящий расцвет гламура начался в стране при президентстве В.В. Путина. Российское сообщество переняло западные образцы гламура и трансформировало их.

Самые очевидные связи этого понятия выявлены с тремя контекстами: 1) с миром потребления товаров и услуг, 2) с модой, шоу, стилями жизни, то есть областью определенных культурных практик, 3) с медиа, глянцевыми журналами, книгами, телевидением, поставляющими образы для большой аудитории, так что у этого термина широкие границы понимания. Такая размытость удобна, она позволяет гламуру как емкой пустой форме сохранять актуальность, подстраиваясь под меняющееся содержание.

Условно структурировав явление, выделяются две формы его бытования. Первая практика - это производство массового потребляемых образов. Здесь гламур выступает как определенный вид стиля (который наиболее точно описан Д. Ивановым).

Вторая практика бытования явления гламура связана с массовым потреблением товаров и услуг.

С двумя этими формами напрямую связаны функции гламура, которые он выполняет в обществе: эстетическая функция, гедонистическая функция, функция «предохранительных клапанов» и социализирующая функция.

В параграфе осуществляется попытка интерпретировать гламур в терминах теории повседневности. Повседневность – это та социальная реальность, которая нас окружает, но не все в окружающем нас жизненном пространстве является повседневным.

Повседневное – это не то, что в чистом виде находится в зоне личного пространства, а только то, что в этой зоне нами освоено. Повседневность проявляется в знакомых вещах, поступках, механизм взаимодействия с которыми доведен до автоматизма и соответственно не требует осмысления и рефлексии. То, что нас окружает, может быть и не повседневным и даже наоборот – чуждым, вызывающим негативные эмоции. Человек чувствует себя дискомфортно, неуверенно, появляется отчуждение от среды обитания (К. Маркс).

В человечестве зреет потребность к чему-то постоянному, стабильному, рождается тяга к уюту, домашности, порядку. Человек хочет жить в упорядоченном и эстетически привлекательном жизненном мире.

Именно процесс гламуризации, охвативший современное российское общество последние двадцать лет, создает нужную обывательскую иллюзию параллельного мира, который безмятежен, прекрасен и прост. Этот мир является симулякром, т.е. «декорациями», образом, не имеющим денотата.

Поскольку жизненный мир современного индивида может быть не только реальным **второй параграф «Повседневность в виртуальном огламуренном пространстве»** посвящен изучению ирреальной, а точнее виртуальной повседневности.

Повседневность – это накопленный коллективный опыт, который в интернет-пространстве наибольшее свое отражение находит в текстах Живых Журналов (сокращенно ЖЖ). Этот интересубъективный опыт фиксируется блогерами в своих ЖЖ, либо в комментариях к записям в чужих ЖЖ.

Для того, чтобы виртуальное общение и понимание «собеседника» в виртуальном поле состоялось, необходимы: схожая идентичность, которая проявляется в схожем мировоззрении, ориентации на одни и те же ценности и нормы; «взаимность перспектив» (А. Шюц) и совпадающие системы релевантностей.

На современном этапе структура идентификации достаточно противоречива. Один ее план составляют представления и ценности

советской эпохи. Другой пласт – аморфные и нерационализируемые ценности и представления о спокойной и защищенной в правовом отношении жизни. Интерсубъективный опыт большинства пишущих и ведущих свои Живые Журналы отражается, как правило, в негативной идентификации окружающего мира и собственной низкой самооценке. Этот пессимизм в сочетании с упорядоченными повседневными практиками дает в результате картину мира, которая выходит унылой, скучной и эстетически неприглядной. Именно поэтому так популярен в интернет-пространстве речевой жанр «популистских литаний» (Н. Рис).

Авторами ЖЖ становятся как обычные люди, так и медийные знаменитости. Последними в нашем случае являются М.А. Гельман (бизнесмен и политехнолог, директор Пермского музея современного искусства) и О.А. Чиркунов (губернатор Пермского края). Анализ записей в их блогах на ресурсе ЖЖ показывает, что в данном случае они выступают в роли адептов, способных найти и показать привлекательность в неприглядной и скучной повседневности.

М. Гельманом на всеобщее обозрение выносятся тема «культуры», а О. Чиркуновым тема «политики». Благодаря виртуальному мифотворчеству М. А. Гельмана в Живом Журнале, возникает и поддерживается иллюзия, что в Перми есть насыщенная культурная жизнь, которую нужно модернизировать, о которой стоит рассуждать и полемизировать.

Благодаря ежедневным авторским постам с определенной направленностью и тематикой, выложенным фотографиям происходит огламуривание повседневности, насаждение современного мифа, согласно которому Пермь выступает новой «культурной столицей».

Являясь ядром современной массовой культуры, гламур проникает и во властные дискурсы. На примере ЖЖ О.А. Чиркунова можно наблюдать, как гламуризация охватывает не только мир шоу-бизнеса, моды, но и политики.

Один из признаков гламура, связанный с формированием определенной системы образов: гламур отрицает не только трагедию, но и драму. «Бескомпромиссный оптимизм» - охарактеризуем так этот признак гламура.

Бескомпромиссный оптимизм обнаруживает себя практически в каждой записи О.А. Чиркунова. Почти каждая журнальная зарисовка (июнь, 2010 г.) заканчивается радостным призывом, положительным утверждением, или улыбающимся смайлом (характерная атрибутика интернет-текстов).

Миф политический создается так же за счет игры на равных с блогерами, заданной губернатором, которая предполагает свободу слова, высказываний, замечаний и советов властвующей элите.

Блоги М.А. Гельмана и О.А. Чиркунова - это огламуривание, орнаментирование реальной повседневности посредством интернет-пространства.

Блогосфера обеспечивает функцию социализации: практики современного мира еще не освоены и не приняты индивидами до конца, но некие лекала, правила, по которым это освоение, принятие нового должно происходить, и предлагают адепты в своих ЖЖ.

Виртуальная реальность, «залакированная» гламуром, имеет дело с людьми с нарушенной проблемной самоидентификацией. Это те, у кого существует сильная потребность в огламуренном иллюзорном мире.

Явление гламура, не имея границ, часто принимает нужную форму в зависимости от обстоятельств. В третьем параграфе «Гламурно-сказочный нарратив в основе дамских романов» мы обращаемся к дамским романам, в которых гламур обнаруживает свое наиболее яркое проявление в среде печатной продукции.

Отечественный дамский роман - продукт массового производства, принадлежащий к коммерческой литературе. От литературы серьезной он отличается по ряду признаков: по языку, по психологической недостоверности, по простоте сюжета.

В коммерческих дамских романах сюжет прост, до мельчайших деталей предсказуем и узнаваем. И в самом сюжете присутствует элемент гламура. Под гламуром мы понимаем технологию создания в нашем случае романа, ориентированного на статичные образцы, где нет настоящего ужаса, смерти и подлинного страха - все это где-то на периферии. Собственно, не заглядывая в конец книги, можно предположить, чем кончится романтическая гламурная история - хеппи-эндом, свадьбой и т.п.

В дамском романе гламуризация действительности выступает маркетинговым приемом, при помощи которого товар может быть продан потребителю. В то же время гламур в дамском романе может быть рассмотрен под углом его идеологического воздействия - как инструмент формирования гламурного отношения к миру, особого - иллюзорного - средства освоения действительности, конструирования фантазийной повседневности.

Было отобрано пять лучших и коммерчески успешных дамских романов и произведена их последующая интерпретация на основе анализа текстов, а конкретно - анализе Владимира Проппа, адаптированном к сюжетике любовного романа.

Выяснилось, что современный дамский роман, несмотря на видимое разнообразие названий, жанров и обложек, по сути, строится по одной классической канве, которая очень близка строению русской народной сказки.

Таким образом, эстетика и этика дамских романов выстроена по гламурному принципу. В них конструируется особый «волшебный» мир – в соответствии с культурными архетипами, укорененными в отечественных традициях. Романы предъявляют иную – по отношению к реальной – действительность, хотя по внешности напоминающую ее. По сути, это уже освоенная действительность, цветная и яркая повседневность. Процедура освоения представлена в виде приключения – также яркого и соблазнительного. Изображенная повседневность наполнена самым привлекательным сегодня реквизитом: предметным и эмоциональным. В созданном дамскими романами фантазийном мире его читатели находят убежище от мира реального.

Глава вторая «Дамская проза как проекция читательских ожиданий» по сути отвечает на два вопроса: почему основными читателями дамских романов становятся женщины и каким образом гламур создает в дамских романах псевдоповседневность, спрос на которую так велик.

В первом параграфе «Современная урбанизированная женщина (горожанка) и ее жизненный мир» внимание обращено к истории становления и развития женского гендера в социуме. Делается вывод, что женщина всегда была «Другой» по отношению к мужчине, ее роли всегда были вторичны по отношению к главной роли, которую играл и играет мужчина – хозяин жизни (С. де Бовуар).

Изменения в отношении прав женщин происходит с приходом капиталистических отношений. Только со второй половины XIX столетия женщин стали допускать к соревнованию с мужчинами в различных областях, и достигнутые от этого результаты вполне удовлетворительны.

Собственно с момента становления капиталистических отношений и возникает понятие «урбанизированного города», «городского пространства», в котором женщина обретает еще одну новую роль – горожанки. Город создает свою собственную среду обитания, с правилами, нормами и ценностями, со своей собственной культурой, которые горожанкой должны быть освоены и приняты.

Поскольку проживание в больших городах возбуждает индивидов к величайшей затрате нервных сил, а это, в свою очередь, грозит нервными перегрузками и истощением, то характерными признаками горожан становятся: замкнутость, дистанцированность, равнодушие и некая антипатия по отношению друг к другу (М. Вебер).

Поскольку в основу следующего второго параграфа положены нарративы жительниц города Перми, описана общая культурная ситуация этого города. Пермь – город промышленный, провинциальный (территориальная удаленность от столицы), с определенным типом культуры. Горожане (жители Перми) выступают носителями как традиционного уклада, свойственного прошлой, слободской жизни, так и

перенимали и продолжают перенимать черты современных западных городов. Такой тип культуры обозначается конфигуративным обществом, в котором преобладающая модель поведения сохраняется поколениями, «соседствующими» в едином временном отрезке, а опыт родителей, хотя и не является образцом, но учитывается в оценке сложной ситуации поколением детей (М. Мид).

Относительно практик, в которых задействованы горожанки любого современного мегаполиса, то большинство женщин в массе своей существует в трех социальных практиках: «работающая мать», «домохозяйка» и «спонсируемая женщина» (Е. Здравомыслова). Рассматривая каждую из этих ролей достаточно подробно, делается вывод, что несмотря на кажущееся разнообразие ролей, практики, проигрываемые женщиной, остались по большому счету теми же, что и сто лет тому назад.

Во втором параграфе «Процедура самоидентификации в дамских романах» проделан качественный анализ исследовательских интервью, проведенных с читательницами отечественных дамских романов.

Объединяет всех любителей дамских романов наличие некоей единой потребности. Точнее это - «потребность в самоидентификации» через отождествление, вживание в образ главной героини любовного романа для получения через эту связь последующего благоприятного эффекта.

Чтение дамских романов – это процесс, который имеет свои, совершенно конкретные цели. Анализируя сказанное респондентами, выделено пять целей, которые преследуют женщины при чтении дамских романов.

Во-первых, *чтение как релаксация*. В данном случае процесс чтения выступает синонимом понятия «отдых, приятное проведение времени».

Следующая цель чтения - *получение терапевтического эффекта*. За терапевтическим эффектом обращаются читатели в состоянии депрессии, эмоциональных переживаний.

Согласно третьей цели чтение выступает как *процесс искусственного включения человека в социум*. Чтение – это социальная практика, позволяющая, а точнее создающая иллюзию того, что читатель включен в человеческое сообщество. Чтение дамских романов объединяет женщин как в воображаемое сообщество, которое способно оказать им необходимую эмоциональную поддержку, так и во вполне реальный круг читательниц дамской беллетристики, где происходит обмен книгами, обмен мнениями.

Предпоследней выделим цель чтения дамских романов именуемую как *культурная привычка*. Чтение – это заученная с детства культурная практика, освоенный давно и хорошо заученный механизм, который из чтения серьезной литературы трансформировался в чтение «дамских романов».

Последняя пятая цель чтения дамских романов заключается в том, чтобы *скоротать время*. Очереди, поездки, перелеты – все эти социальные приметы нашего времени содержат в себе некое время ожидания чего-либо, пустоту, которую необходимо заполнить.

Небольшой вывод, квинтэссенция всех целей чтения дамских романов заключается в том, что чтение любовных романов так ценится женщинами потому, что доставляет им переживания, совершенно не похожие на будничные. Оно не только позволяет избавиться от напряжения, вызванного множеством проблем и постоянно довлеющим над ними сознанием своей ответственности, но и создает особое время и пространство, в котором женщина полностью предоставлена самой себе, и может сосредоточиться на своих потребностях, желаниях и удовольствиях.

Многие респондентки идентифицируют себя с главной героиней романов. Исходя из ответов интервьюируемых, получается, что в самом обобщенном виде главная героиня должна быть настоящей женщиной, которой присуща забота обо всех окружающих, т.е. некий патриархальный идеал.

Относительно среды и материального мира, окружающего главную героиню, то они, с одной стороны, должны быть узнаваемыми, содержать в себе предметы и признаки повседневности. С другой - гламуризация художественного мира очень важна, т.к. неудачными романами назывались те, в которых безопасный вымышленный мир переставал таковым быть. Грубое насилие или его угроза, дерзкие и слишком натуралистичные убийства, открытая порнография – все это вызывает явное отторжение еще и потому, что вызывает неосознаваемое чувство страха.

В безопасном вымышленном мире читательница любовного романа имеет возможность выплеснуть свои самые глубинные страхи и в то же время подавить их. Она должна быть уверена в жизни и дамские роман – это именно гарант того, что традиционные отношения способны решить все проблемы. Дамские романы не дают плана действий, но они преподносят веру в то, что сложные жизненные ситуации разрешимы.

Во второй части параграфа изучаются книжные практики, которые проигрывают книжные героини. Оказывается, что они очень близки практикам, в которые включены женщины в повседневной жизни: это роли жены, матери, возлюбленной. Любовный роман отказывает женщинам в возможности избежать самоидентификации через становление в процессе взаимодействия с другими людьми, т.е. признать право женщин на одинокое самодостаточное существование. Таким образом, через чтение любовного романа осуществляется процесс схожей читательской самоидентификации, с правильными положительными социально-одобряемыми образами, этот механизм не допускает отклонений от неких традиционных культурных стандартов.

Как мы уже писали у большинства респондентов амбивалентное отношение к реализму происходящего в дамских романах. На одном уровне романы женщины могут считать чистым вымыслом, а на другом воспринимать некоторые аспекты повествования как настоящие, реальные. Несмотря на эту двойственность отношения, даже короткий интерес к дамским романам является показателем желания видеть приукрашенную оглауренную повседневность.

Основные выводы и результаты исследования:

1. Гламур как культурное явление стало знаковым событием в отечественном культурном процессе в постсоветскую эпоху, «в ситуации шторма», упразднившей, в конечном счете, советскую повседневность.

2. Культурные основания гламура складывались в разных пластах современной цивилизации. Пространство гламура создано массовой культурой – упрощенной, доступной и коммерческой матрицей правильного поведения урбанизированных индивидов в модернизированном (буржуазном) обществе. В границах массовой культуры сложились эстетические и этические каноны гламуризации действительности, механизмы ее распространения и особо восприимчивые к гламуру социокультурные группировки: в Европе – класс «людей знания», а в отечественных условиях – бизнес и офис-сообщества.

3. Для отечественной культуры гламур является импортированным продуктом, «русифицированным» в соответствии с запросами наших сограждан. Основной запрос может быть сформулирован следующим образом: индивиды, утратившие повседневность, очутившиеся в чужом мире под воздействием скрытых от них макроэкономических и соответствующих им по масштабу социальных тенденций, испытывают острую нужду в обретении новой идентичности, в выстраивании соразмерной повседневности. В этой ситуации гламур выполняет функции инструмента выстраивания такой повседневности – в иллюзорной, фантазийной форме. Он производит симулякры жизненного мира, раскрашивая и расцветивая его чуждую и неприятную для индивида оболочку. В этом смысле гламур выступает новой религией, предлагая принимающим его надежду на спасение и воздаяние в посюстороннем мире.

4. Можно предположить, что с точки зрения выполняемых им функций, содержания его эстетических и этических компонентов, гламур представляет собой субстрат, ядро современной массовой культуры.

5. Инструментом гламуризации действительности выступают литературные тексты, принадлежащие к разным жанрам, но объединенные общим идеологическим посылом – примирением с действительностью при помощи усиленного (статусного) потребления вещей, ситуаций, чувств, иных людей, а также эстетизации действительности при помощи маркетинговых приемов – и единым художественным стилем (упрощенным,

претенциозным, клишированным). В Живых Журналах знаменитостей и в «дамских романах» процедура гламуризации действительности явлена во всей ее законченности. У них разные аудитории: образованная молодежь у блогеров и урбанизированные женщины у литераторов. Общими для них являются взаимная отчужденность, холодность, трудности в выстраивании повседневности, в создании коллективного опыта, страх перед будущим.

Для женщин чтение дамских романов – повод уйти от проблем современного мира в мир фантазий и иллюзий, обладающих внешним правдоподобием. Практически все читательницы в процессе чтения идентифицируют себя с главной героиней романа. Это дает им возможность пройти все сюжетные перипетии и в результате пережить счастливый финал романа.

6. Гламурные тексты Живых Журналов исполняют ту же функцию, поскольку выстроены по образцам гламурно-сказочного нарратива; они заменяют действительность сочиненной реальностью, раскрашенной и гармоничной. Публике предъявляются симулякры, за которыми нет денотата.

7. Культурологическое определение гламура на языке теории повседневности. Гламур – это симулякр повседневности, бытующий в обществе, не упорядочившем свое жизненное пространство. В этом симулякре выражается, прежде всего, потребность изолированных индивидов заместить чуждую и враждебную им действительность благоустроенным одомашненным миром. Принципы организации этого мира представляют собой очищенные от противоречий и идеализированные правила тотальной консумпции (потребительства), искусственно сочлененные со схематическим проявлением живых эмоций.

Направление дальнейшего исследования состоит в следующем: на основании полученных результатов представляется возможным сформулировать две стратегии дальнейшего исследования феномена гламура в жизненном мире наших современников. Первая предполагает проведение культурологического анализа гламура в процесс изменения постсоветской повседневности; как поведет себя явление гламур в дальнейшем. Возможно ли постепенное «опривычивание» реальности и вытеснение гламура из жизненного мира, либо его замещение иными мыслительными формами и образами.

Вторая стратегия ориентирована на глубинное изучение гламура, выяснение архитектуры жизненных миров различных групп населения. Такой представляется перспектива исследовательской работы.

**Основное содержание диссертационного исследования представлено
в следующих публикациях:**

*Публикации в ведущих рецензируемых научных журналах,
определенных ВАК МОиН РФ:*

1. Ветошкина, Ю.В. Магические женские кубики: «гламурно-сказочный» нарратив как основа дамской прозы [Текст] / Ю.В. Ветошкина // Вестн. ЧГУ. Философия. Социология. Культурология. – 2010. - № 16 (Вып. 17). – С. 91-97.

2. Ветошкина, Ю.В. Интеллигентская рецепция гламура [Текст] / Ю.В. Ветошкина // Социально-экономические явления и процессы. – 2010. – № 5. – С. 195-199.

Публикации в других изданиях:

3. Ветошкина, Ю.В. Гламур в контексте социальной теории [Текст] / Ю.В. Ветошкина // Вестн. ПГТУ. Культура. История. Философия. Право. – 2009. - № 2 (23). – С. 30-40.

4. Ветошкина, Ю.В. Гламурные мотивы в отечественной дамской прозе [Текст] / Ю.В. Ветошкина // Вестн. Перм. гос. ин-та искусства и культуры. – 2010. - № 9. – С. 21-31.

5. Ветошкина, Ю.В. Иллюзорная самоидентификация читательниц дамских романов [Текст] / Ю.В. Ветошкина // Вестн. ПГТУ. Культура. История. Философия. Право. – 2010. - № 3 (29). – С. 56-65.

6. Куковьякина, Ю.В. (Ветошкина) Дискурс повседневности эпохи перестройки и его культурные особенности [Текст] / Ю.В. Куковьякина (Ветошкина) / Формирование гуманитарной среды и внеучебная работа в вузе, техникуме, школе : материалы VIII Всерос. науч.-практ. конф.: в 3 т. Т. 2 / Перм. гос. техн. ун-т. – Пермь, 2006. – С. 131-134.

7. Куковьякина, Ю.В. (Ветошкина) Д.С. Лихачев о некоторых особенностях развития литературы как части культуры (условность – действительность - повседневность) [Текст] / Ю.В. Куковьякина (Ветошкина) // Культурологическое образование: историческая перспектива и современные тенденции : материалы Всерос. науч.-практ. конф. / Перм. гос. ин-т искусства и культуры. – Пермь, 2006. – С. 107-112.

8. Куковьякина, Ю.В. (Ветошкина) Трансформация мифа о Медее в повести Л. Улицкой «Медя и ее дети» [Текст] / Ю.В. Куковьякина (Ветошкина) // Миф и рациональность в XX веке. Материалы четырнадцатой всероссийской конференции студентов, аспирантов, докторантов «Майские чтения». – Пермь, ПГТУ, 2002. – С. 44-45.

9. Куковьякина, Ю.В. (Ветошкина) Художественное творчество: аспекты гендерного анализа [Текст] / Ю.В. Куковьякина (Ветошкина) // Вестн. Перм. гос. ин-та искусства и культуры. – 2006. - № 2. – С. 55-61.

10. Ветошкина, Ю.В. Дамская проза как проекция читательских ожиданий [Текст] / Ю.В. Ветошкина // «Трибуна ученого: актуальные проблемы современного образования»: материалы I заочной научной объединенной сессии Шадринского государственного педагогического института и Шуйского государственного педагогического университета. – ШГПИ, 2011. – 0,3п.л.

Подписано к печати 11.02.2011 г. Формат 60x84/16.
Бумага ксероксная. Печать ризография. Гарнитура Таймс.
Усл. печ. листов 1.4. Тираж 100 экз. Заказ № 3055.

Издательство ГОУ ВПО «ШГПУ»
155908, г. Шуя Ивановской области, ул. Кооперативная, 24
Телефон (49351) 4-65-94

Отпечатано в типографии ГОУ ВПО
«Шуйский государственный педагогический университет»
155908, г. Шуя Ивановской области, ул. Кооперативная, 24