

Цивилизационные перемены в России. 2023. С. 59–65.  
Civilizational changes in Russia. 2023. P. 59–65.

Научная статья  
УДК 008: 140.8

## **ФИЛОСОФСКО-ХУДОЖЕСТВЕННАЯ ПОПЫТКА ПРОЧТЕНИЯ СПЕЦИФИКИ ГЛАМУРНОГО ДИСКУРСА ПОВСЕДНЕВНОСТИ**

**Елена Людвиговна Яковлева**

Казанский инновационный университет им. В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия  
mifoigra@mail.ru

*Аннотация.* Объектом исследования стал гламурный дискурс, а его специфика анализируется на основе романа В. Пелевина «Empire V». Идеологичность гламурного дискурса наделяет его формирующими и контролирующими функциями. Мощными средствами передачи гламурного дискурса с его идеями красоты, молодости и богатства являются образ и нарратив к нему. Нередко продуцируемые образы оказываются симулятивными, тем не менее, они одновременно вызывают зависть и желание подражать им. Парадоксальность ситуации связана с тем, что выстраиваемый вокруг идеи красоты гламурный дискурс не делает людей счастливыми.

*Ключевые слова:* дискурс, гламур, идеология, гламурный дискурс, образ, мода

*Для цитирования:* Яковлева Е. Л. Философско-художественная попытка прочтения специфики гламурного дискурса повседневности // Цивилизационные перемены в России. 2023. С. 59–65.

Scientific article

## **A PHILOSOPHICAL AND ARTISTIC ATTEMPT TO READ THE SPECIFICS OF THE GLAMOROUS DISCOURSE OF EVERYDAY LIFE**

**Elena L. Yakovleva**

Kazan Innovative University named after V.G. Timiryasov,  
Kazan, Russia  
mifoigra@mail.ru

*Abstract.* The article analyzes glamorous discourse and its specifics on the basis of V. Pelevin's novel "Empire V.". The ideologicity of glamorous discourse gives it formative

and controlling functions. Powerful means of conveying glamorous discourse with its ideas of beauty, youth and wealth are the image and narrative to it. Often the images produced turn out to be simulated, however, they simultaneously arouse envy and a desire to imitate them. The paradox of the situation is due to the fact that the glamorous discourse built around the idea of beauty does not make people happy.

**Keywords:** discourse, glamor, ideology, glamorous discourse, image, fashion

**For citation:** Yakovleva E. L. A philosophical and artistic attempt to read the specifics of the glamorous discourse of everyday life // Civilizational changes in Russia. 2023. P. 59–65.

**Введение.** Дискурс представляет собой своеобразный *on-line* процесс, обладающий определенным содержанием, находящим выражение в теме. Это неоконченный живой текст (И. Касавин), рождающийся при включенности в коммуникацию с учетом контекстов (ситуации, говорящего, слушающего). Понимание дискурса сегодня довольно расплывчато. Согласимся с тезисом И. Касавина, заключившим, что «дискурс-бум – следствие ряда интеллектуальных и социальных факторов: современных технологий связи и власти СМИ, активной междисциплинарной диффузии, лингвистического поворота в философии и введения термина «коммуникация» в философское употребление» [1]. Посредством дискурса демонстрируются концепты социосферы и типичные способы конструирования реальности. Именно дискурс социального задает схемы и алгоритмы программ, которые должны восприниматься личностью как должное и внедряться в жизнь, становясь основой коммуникации. Дискурс и связанные с ним практики помогают не только ориентироваться в социосфере, но и проявлять заботу о себе (М. Фуко), выстраивая модели поведения и коммуницирования в среде. Реализуясь вербально (устно/письменно) и визуально, дискурс высвечивает посредством интерпретации субъективные позиции людей, вступающих в него. Необходимо признать, что внедрение дискурса во внутренний мир людей и его проявление в их личных практиках являются показателем результативности. Благодаря общепринятому социальному дискурсу, усваиваемому на субъективном уровне, возникает объективное взаимопонимание между людьми. Перечисленное актуализирует исследовать виды дискурсов, встречаемых в повседневности людей.

**Материалы и методы.** Методы исследования – аналитический с элементами герменевтического подхода, связанного с интерпретацией произведения В. Пелевин «Empire V» [2], что позволяет выявить специфику гламурного дискурса.

**Результаты.** Одним из мощных дискурсов, определяющих состояние современной социосферы, является гламур, провозгласивший красоту внешнего вида индивида в качестве основной темы. Его экспансию

можно обнаружить в различных сегментах социального (в политике, экономике, религии, науке, образовании, спорте, шоу-бизнесе, творчестве и пр.), что приводит к его распространению и в повседневности. Тотальность и координирующая роль гламура в обществе заставляют говорить об идеологичности его дискурса. Как известно, любая идеология представляет собой теоретизированную систему взглядов, предлагающую идеальный образ жизни и пути его достижения. В основе идеологии лежат идеи, имеющие вербальную и визуальную формы выражения. Идеология помогает ориентироваться в социокультурном пространстве и проявлять себя в нем в соответствии с ее дискурсом. Идеальное становится мощным орудием манипуляции, а идеологическая система играет роль (официального/неофициального) контролирующего органа, конструируя чувства, мысли, желания и действия людей. Согласимся с В. Пелевиным, заключившим, что сегодня «идеологией анонимной диктатуры является гламур» [2].

Гламурная идеология, задавая привлекательные схемы действительности посредством идей/идеалов/идеального, главенствует в социальном с 90-х гг. XX века. Ее распространение приводит к появлению дискурса, в контексте которого осуществляется интерпретация и оценивание всего происходящего в обществе и в жизни отдельной личности. Через призму гламурной идеологии осуществляется контроль над обществом и проявлениями людей, оцениваются все явления и отношения. В. Пелевин констатировал, что «дискурс обрамляет гламур и служит для него чем-то вроде изысканного футляра», а «гламур вдыхает в дискурс жизненную силу и не дает ему усохнуть» [2]. В итоге «на стыке этих понятий возникает вся современная культура», «которая является диалектическим единством гламурного дискурса и дискурсивного гламура» [2].

В основе идеологии гламура лежат идеи красоты, молодости и богатства, а также связанные с ними гедонистические установки [3]. Гламур как дискурс фокусирует внимание личности на формировании собственного выразительного имиджа, культуре потребления, праздности, получении удовольствий от без(д)умных развлечений, фиксации перечисленного и демонстрации себя в социальном. Это делает гламурный дискурс довольно привлекательной (и необременительной) моделью коммуникации. Гламурный дискурс вследствие своей идеологичности навязывает массовому сознанию стремление к роскошному образу жизни, в котором ключевой ценностью становится внешняя красота. Иные ценности (интеллектуальные, нравственные) в гламуре не признаются. Более того, эстетические ценности в гламурном дискурсе трансформируются: их содержательно-смысловой аспект игнорируется. В итоге дискурс превращается в «мерцающую игру бессодержательных смыслов, которые получаются из гламура при его

долгом томлении на огне черной зависти» [2] к более роскошному и красивому образу жизни Других.

Мощными единицами, лежащими в основе гламурного дискурса, оказываются образ и нарратив к нему. Как подмечает В. Пелевин, «все, что человек говорит – это дискурс... А то, как он при этом выглядит – это гламур» [2]. Именно образ и его описание наглядно демонстрируют массовому сознанию гламурный имидж и стиль жизни, стимулируя желание подражать и приобретать необходимые атрибуты. Подчеркнем, что гламурный дискурс и лежащий в его основе гламурный образ связаны с индустрией моды. Неслучайно периодическая обновляемость модных тенденций и смена образов влияет на состояние гламурного дискурса, превращая его в открытый (постоянно обновляемый и дополняемый) текст. Вследствие этого можно говорить о подвижности гламурного дискурса.

Массовое сознание современности постоянно испытывает соблазнительные атаки со стороны тиражируемых модных образов гламурного дискурса, не видя в этом никаких угроз и опасностей. Соблазнение влечет за собой желание подражать, что стимулирует потребительский спрос на вещи/аксессуары/косметику/услуги, фиксацию достижений в виде создаваемых образов и их тиражирование в социальных сетях. Перечисленное рождает проблему, связанную с природой современного образа.

Модный образ, лежащий в основе гламурного дискурса, оказывается конструируемым, а его красота, молодость и богатство нередко симулятивными. Представляя собой кажимость, они создаются/корректируются посредством различных фоторедакторов и распространяются новыми медиа, оказывающимися мощным каналом передачи гламурного текста. Моделирование гламурного образа в индустрии моды и рекламы нередко строится на синтезе реального и фантазийного, где акценты расставляются в пользу красивых деталей (частей тела, элементов имиджа или декора). Увеличивает эффект красоты фоторедактор, помогающий отретушировать детали до совершенства, убрав непривлекательное естественное. Подвергаясь цифровой обработке, образ буквально превращается в фигуру без плоти, демонстрирующую идеальность (с точки зрения творцов). В. Пелевин справедливо заключает, что гламур есть «переливающаяся игра беспредметных образов, которые получают из дискурса при его выпаривании на огне сексуального возбуждения» [2].

Созданный образ пускается в тираж, становясь моделью для подражания. Согласимся с С. П. Макаровым, подчеркнувшим, что гламур покрывает серое/тусклое/пошрое/бесполезное глянцевым блеском, придавая привлекательность и значимость [4, с. 202]. Парадоксальность ситуации заключается в том, что симулятивный образ приобретает ценность и значимость

в социальном. Он воспринимается как мощный текст, в соответствии с которым массовое сознание начинает выстраивать дискурсивные практики. При этом интерпретация гламурных образов имеет субъективный модус воплощения, зависящий от контекстуальной ситуации личности. В повседневных дискурсивных практиках массовое сознание концентрирует внимание на темах красоты, моды и имиджа. Представляя переосмысленную заботу о себе (М. Фуко), они оказываются связанными с культурой потребления напоказ или *демонстративного потребления* (Т. Веблен). Приобщаясь посредством глянца, рекламы и социальных сетей к гламурной жизни, массовое сознание начинает копировать увиденное, создавая иллюзию собственной гламурности.

Дискурс гламура с его производством визуальных образов и их описательных нарративов можно отнести, в большей степени, к полухудожественной сфере. Неслучайно обработанные фотографии и видеоролики как задокументированные визуальные личные истории (с претензией на эстетичность) становятся его основными текстами. В. Пелевин в романе «Empire V» иронично заметил, «гламур и дискурс – это два главных искусства» современности, «их сущностью является маскировка и контроль – и, как следствие, власть...» [2]. В приведенной цитате обращают на себя внимание такие характеристики гламурного дискурса, как маскировка и власть. Применительно к гламурному образу и нарративу данные параметры оказываются ключом к их пониманию. Конструируемый гламурный образ маскирует сущность личности, что помогает ей приобрести власть в социальном посредством тиражирования. Образ становится узнаваемым/популярным, собирая большое количество подписчиков и их одобрений (лайков). Маскировка осуществляется посредством переодевания (в том числе, технического) личности/обстановки, играя роль идеологемы гламура [2]. Вследствие постоянной смены модных тенденций маскировки можно осуществлять бесконечно, что влияет на специфику гламурного дискурса: «гламур так же неисчерпаем, как дискурс» [2].

Обратим внимание на точность художественных зарисовок В. Пелевина. Он безжалостно обнажает те неприглядные аспекты жизни, которые маскирует гламурный дискурс. Писатель считает, что укрыванию в гламуре подлежит «жгучий, невероятно мучительный стыд за нищее убожество своего быта и телесное безобразие» [2]. Именно это прячется с особой тщательностью, но нередко мельчайшие детали раскрывают реальную картину жизни гламурной персоны. Укрывая собственные неблагоприятные аспекты, личность при этом испытывает «мстительное злорадство при виде нищеты и убожества, которые не удалось скрыть другому человеку» [2].

Перечисленное свидетельствует об отсутствии самодостаточности современной личности, ее довольно низкой нравственной культуре, а также наличии скрываемых *низких истин* (А. Кончаловский).

Заметим, тиражируемые образы медийных лиц связаны с рекламными акциями и обладают коммерческим характером. Они формируют у массового сознания культуру потребления, выражаемую *lovemarks*: так «в гламуре называют торговые марки, к которым человек прирастает всем сердцем» [2]. Выступая в качестве лица бренда, медийная персона неявно позиционирует тезис, что деньги играют значимую роль в гламуре. В. Пелевин в романе «Empire V» выводит их уравнение: гламур есть «деньги, выраженные через секс», их «можно представить как деньги, выраженные через секс, выраженный через деньги, т. е. деньги, выраженные через деньги» [2].

Несмотря на привлекательный и необременительный формат гламурного дискурса, он таит в себе множество опасных аспектов, превращаясь в средство унижения человека [2]. В. Пелевин в своем романе пытается открыть глаза людям, предупреждая о негативных сторонах гламура и его дискурса. Он подчеркивает, «гламур и дискурс погружают своих потребителей в убожество, идиотизм и нищету», а «цель гламура в том, чтобы жизнь человека проходила в облаке позора и презрения к себе» [2]. Ключевым в приведенной цитате является слово облако, указывающее на видимость и переменчивость гламурного образа жизни, а также неясность представлений его дискурса.

Заключение. Гламур трактуется как демонстративный сегмент общества потребления, мир моды и повседневных практик, связанных с приукрашиванием внешнего вида и окружающих его пространств. Дискурс гламура одновременно конструктивен и деструктивен. Способствуя конструированию личности, он одновременно стирает в ней уникальное, потому что диктует определенный модный стандарт, которого необходимо придерживаться. Еще одной характерной чертой дискурса гламура оказывается его симулятивность. В его образах и нарративах конструируется несуществующая реальность, выдаваемая в качестве существующей, что соблазняет массовое сознание и мягко принуждает к копированию. Посредством гламурного дискурса социальное погружается в иллюзорное, которое оказывается попыткой бегства от реальности и себя. Вырваться из гламурной дурной бесконечности оказывается невозможным, что приводит к личным кризисам и недовольству жизни на фоне рассуждений о красоте и красивой жизни. Такова абсурдность, задаваемая гламурным дискурсом, в которой живет общество уже несколько десятилетий.

*Список источников*

1. Касавин М. Дискурс: специальные теории и философские проблемы // Человек. 2006. № 6. URL: <http://www.intelros.ru/subject/figures/kasavin-ilya-teodorovich/11758-diskurs-specialnye-teorii-i-filosofskie-problemy.html> (дата обращения: 21.12.2022).
2. Пелевин В., Empire V. URL: [http://shaucha.ru/sites/default/files/files/empire\\_v.pdf](http://shaucha.ru/sites/default/files/files/empire_v.pdf) (дата обращения: 21.12.2022).
3. Яковлева Е. Л. Философская импровизация на тему гламура : монография. Казань : Познание, 2019. 400 с. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=43485041> (дата обращения: 21.12.2022).
4. Макаров С. П. Гламурная экономика // Философия хозяйства. 2008. № 4. С. 202–205.