

ТЕОРИЯ И ИСТОРИЯ КУЛЬТУРЫ, ИСКУССТВА

Научная статья
УДК 008

Макияж как социокультурный феномен. Часть вторая

Анна Владимировна Пронькина

Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина,
Рязань, Россия, a.pronkina@365.rsu.edu.ru

Аннотация. Статья, состоящая из двух частей, освещает результаты комплексного и всестороннего изучения макияжа как социокультурного феномена. Ключевыми вопросами второй части стали проблемы обоснование социокультурного статуса макияжа и рассмотрения феномена в системе «концепт-паттерн-артефакт».

Ключевые слова: макияж, макияж, социокультурный феномен, косметические практики, украшение тела человека, трансформация тела человека

Для цитирования: Пронькина А.В. Макияж как социокультурный феномен. Часть вторая // Русская филология и национальная культура. 2024 №4(13). С. 61-77. Доступно по ссылке: <https://filolog-rgu.ru/wp-content/uploads/st32-2024.pdf>

Original article
УДК 008

Make-up as a sociocultural phenomenon. Part Two

A.V. Pronkina

Ryazan State University named for S.A. Yesenin,
Ryazan, Russia, a.pronkina@365.rsu.edu.ru

Abstract. The two-part article highlights the results of a comprehensive and comprehensive study of makeup as a sociocultural phenomenon. The key issues of the second part were the problems of substantiating the socio-cultural status of makeup and considering the phenomenon in the «concept-pattern-artifact» system.

Key words: make-up, sociocultural phenomenon, cosmetic practices, human body decoration, human body transformation

Введение. Цель научных изысканий, результаты которых отражены в настоящей статье, состояла в том, чтобы комплексно и всесторонне изучить макияж как социокультурный феномен. Поскольку исследовательский материал обширен, он разделен на две логически взаимосвязанные части. Ключевыми вопросами второй части стали проблема обоснования социокультурного статуса макияжа и рассмотрения феномена в системе «концепт-паттерн-артефакт». Для наиболее полной реализации цели и задач исследования был использован целый ряд источников, который условно можно разделить на несколько групп: научные труды, нормативно-правовые документы, словарные издания, материалы «глянцевых» СМИ, художественная литература, социально-философские сочинения, публицистика, литература прикладного характера. В процессе изучения применялись общелогические (анализ, описание, синтез, сравнение, обобщение, абстрагирование, классификация), а также частнонаучные методы (типологический, компаративный, семиотический, герменевтический). Ведущими теоретико-методологическими принципами исследования стали принципы объективности, всесторонности, детерминизма, историзма, единства теоретического и эмпирического.

Основная часть. Поскольку макияж – это система действий и средств, направленная на трансформацию внешнего облика человека за счет выделения и (или) маскировки элементов и качеств тела с целью гармонизации, эстетизации и актуализации визуальной репрезентации личности в процессе социокультурной коммуникации на обыденном и специализированном уровнях; итоговый результат эстетической деятельности личности, нацеленный на облагораживание (украшение, совершенствование) тела и (или) его элементов – визуальный образ лица, то объективизация субъективного в нем выступает как организованный целенаправленный процесс установления соответствия внешней формы:

- внутреннему содержанию (индивидуальное тело как имманентное «Я»);
- социокультурным идеалам и предписаниям (коллективное тело как способ взаимодействия «Я» с «Они» и определение идентификационных связей – «Мы»);
- вариантам и инвариантам знаковой кодификации (невербальная коммуникация «Я» с «Мы» и «Они»).

При таком толковании понятия «макияж» очевидной становится его дуалистичная природа – рациональная и иррациональная, то есть эмоционально-чувственная, эстетическая. Воспользовавшись терминологией М. Вебера, относительно понимания рациональности макияжа, можно выделить: практическую рациональность, закрепляющую выбор цели, разработку стратегии и тактики, установление и внедрение конкретных технологий, техник и средств трансформации; теоретическую рациональность, позволяющую терминологически зафиксировать планирование и осуществление процесса трансформации; субстантивную рациональность, определяющую процессуальное и результативное гомологическое акцентирование, соотнесение

конструируемого образа с обобщенной социокультурной системой ценностей, норм и стандартов; формальную рациональность, организующую всю совокупность существующих стратегий, тактик, технологий, техник и средств в единую, готовую к активному использованию систему. Рациональные начала макияжа обуславливают его программируемость, алгоритмичность, транслируемость, маркируемость, идентифицируемость и т.д. Они напрямую связаны с возможностью определения констатных (традиций) и переменных (инноваций) векторов в реализации «телесного проекта» как в диахроническом, так и в синхроническом аспектах. Кроме того, рациональные основания макияжа могут рассматриваться как в индивидуальной, так и в социальной плоскостях. Индивидуальная рациональность связана, главным образом, с особенностями субъективной интериоризации, интерпретации и применения знаний, умений, навыков, техник и технологий в производстве визуального образа лица, сформированных в ходе реальной предметно-практической ежедневной или периодической косметической деятельности, а также их оценкой, обоснованием, презентацией. Социальная рациональность опирается на совокупность перспективных индивидуальных рациональностей, однако ее смыслообразующая сущность не сводится к их простой механической сумме, а объективно соотносится с идеями, представлениями, эталонами социальных и культурных институций, регламентирующих идеальные нормы, ценностные ориентиры и образцы.

Эмоционально-чувственное, эстетическое начало макияжа, напротив, подразумевает субъективное осмысление как самого процесса осуществления трансформации, так и ее воплощенного результата – визуального образа лица, которые не связаны напрямую с целесообразностью и программируемостью. Его основой служит не логическое суждение и действие, но суждения и действия эстетические, сформированные на уровне индивидуального восприятия, впечатления, взгляда, вкуса под влиянием персональных или социальных представлений об эстетическом идеале, гармонии и совершенстве, приносящих наивысшую степень эмоционально-чувственного удовлетворения (или недовольства).

На концептуальном уровне создаваемый средствами макияжа визуальный образ лица мыслится как знаковая структура невербального языка тела, выступающая его временной, пространственной, пространственно-временной величиной. Семантические и синтаксические специфики языка такого визуального образа сконцентрированы вокруг их собственно иконической доминанты, которая, как правило, отражает воплощенные в визуальном образе представления личности и общества о его идеальном виде. Это конкретные образы, позволяющие зрительно закрепить и впоследствии получить представления об объекте, вскрыть их смысловые социально значимые и интимно личные конструкты. «Теперь тело, – отмечает К.А. Очеретяный в статье «Механика и косметика: практики моделирования тела», – мыслится исключительно в измерениях протяженности и графизма. Отныне оно обретает свое естество в мучительном подражании ритмике знака, завоевывающего все

новые горизонты. Ведь графизм не исчерпывает себя в знаках, фиксирующих тело в пространстве разметки мануфактурных или ремесленных реестров. Он вкрапляется в тела, сообщая им тождество через повседневно возобновляемые практики ухода, и тот или иной жест – акт нанесения косметики – неизменно является продуктом «кровоавой мнемотехники», адресованной телу со стороны знания» [9, С. 146]. Следовательно, дополним, эта образная форма, выполняющая репрезентирующую и регистрирующую роль.

Примечательно, что искусственно организованная образная «форма» лица может знаково подменять лицо естественное, точнее, в пределах общественного восприятия она становится неразрывно связанной с конкретным индивидом. Без нее межличностное взаимодействие затрудняется невозможностью объективного соотнесения наблюдаемого внешнего вида с субъектом-носителем.

Сигнальная составляющая визуального образа лица в основном связана с информационным полем жизненной сферы человека. Она уведомляет, подталкивает, предостерегает, побуждает к мыслительному или действенному поступку. К примеру, еще Ж. Бодрийяр, анализируя «тело с меткой», указывал: «...грим и макияж – одно из важнейших орудий структурного осмысления тела. Накрашенные уста больше не говорят: функцией этих благодетных, полуоткрытых-полузакрытых губ уже не является ни речь, ни еда, ни рвота, ни поцелуй. На месте этих всякий раз амбивалентных функций обмена, поглощения-извержения, благодаря их отрицанию, утверждается перверсивная эротико-культурная функция: губы завораживают как искусственный знак, культурная работа, игра и правила игры... <...> ...помада служит своеобразным фаллическим признаком, который помечает губы и задает их как фаллическую меновую стоимость; эти выпяченные, сексуально набухшие губы образуют как бы женскую эрекцию, мужской образ, которым улавливается мужское желание» [3, С. 196].

Сигнальная функция обеспечивает включенность визуального образа в коммуникативную систему социально-культурного действия, способствуя контекстной подаче информации, ее акцентированности. С этих позиций визуальный образ, созданный средствами макияжа, воспринимаемый как невербальный текст, вбирает в себя определенную, установленную субъектом практик совокупность смыслов, выявляющихся в полной мере и в точном значении лишь в определенных контекстуальных обстоятельствах. Согласимся с В.М. Богуславским относительно того, что «...акт оценки внешности человека носит функционально-ситуативный характер. Он во многом определяется особенностями человеческого зрения и расстояния между объектом оценки и оценивающим, а также продолжительностью восприятия. В зависимости от названных факторов может существенно изменяться содержание оценки» [2, С. 36]. Немаловажное значение имеют и экзистенциальный, эмоциональный, психологический, эстетический, социальный и возрастной аспекты. Все это особенно актуально при восприятии «косметически возделанного» человеческого лица, которое, как совершенно справедливо отмечают Н. Рамси и

Д. Харкорт, «... находится на виду у всех больше времени, чем любая другая часть тела. Оно представляет собой крайне сложный инструмент коммуникации и является важным компонентом в формировании и поддержании отношений. Лицо подает невероятное множество важных социальных сигналов, которые улавливаются другими людьми, интерпретируются ими и вызывают их реакцию» [10, С. 23]. При этом коннотативность знаковости напрямую не содержит отсылки к конкретному информационному контенту, а раскрывается через саму контекстуальность коммуникативной ситуации, то есть может варьироваться в зависимости от условий среды репрезентации и презентации самого образа.

Яркий графичный макияж губ в рамках повседневной жизнедеятельности человека даже в условиях современной культуры зачастую воспринимается как неуместный, свидетельствует об определенных личностных качествах характера женщины, ее склонности к концентрированию внимания окружающих на собственном внешнем облике. В реальной практике это может вызывать не совсем правильное (полное, точное) понимание как ее самой, так и тех моделей поведения, которые будут приемлемы во взаимоотношениях с ней как среди женщин, так и среди мужчин. Современный российский писатель Н. Сидо в повести-воспоминании «Незамеченные самоубийства» пишет: «Я предложила Вере, моей лучшей подруге, в тот день поиграть в бал. <...> Нам по пять лет, поэтому уже можно и даже пора. <...> Мы украсили свои тела, а наши лица не были готовы к выходу. Поэтому было сделано то, что запрещалось категорически и всегда: мы взяли в руки мамины принадлежности для красоты, с помощью которых были подрисованы черным карандашом брови, красной помадой густо намазаны губы, а на лица было высыпано немало пудры из круглой бумажной коробочки. <...> Довольные собой, мы решились выйти в свет, чтобы удивить мир. <...> ... очень хотелось показать свою красоту людям. И мы ее показали. <...> Навстречу шли наши мамы с тетей Галей. И вот их реакция была совсем не такой, как хотелось... <...> Выход в свет оказался неудачным. <...> Наверное, поэтому почти не использую помаду, а ярко-красную вообще не воспринимаю. И не только на своем лице. Тот детский испуг убил во мне желание носить яркую одежду, декольте и длинные юбки. Казалось бы, смешная ситуация. Но именно этот случай поселил страх из-за одежды стать похожей на шлюху. <...> Мой мозг получил сигнал: есть неправильная одежда, из-за которой тебя могут осуждать и считать очень плохой. И даже наказывать. Поэтому лучше отказаться от нее, чем иметь неприятности. <...> Так родился страх перед “красной помадой”» [11].

Безусловно, времена жесткого социального табуирования яркого макияжа прошли, однако и сегодня практики подобного рода все еще нуждаются в особом контексте, а стремление к уместности подразумевает не только соответствие «месту/времени/действию», но и техничность исполнения. На «страницах» одного из популярных российских женских порталов о макияже «GYBA.RU» читаем: «Для многих женщин красная помада – это отличная возможность раскрыть свою индивидуальность, сексуальность и характер. Для других же этот

цвет абсолютно не приемлем по отношению к макияжу. Но, может быть, все дело в том, что просто они не умеют правильно использовать этот оттенок? Дело в том, что, как и платье, и аксессуар этого цвета, помада требует идеального сочетания с остальным образом и безупречного нанесения» [5]. Далее автор статьи подробно разбирает вопросы, связанные со спецификой конструирования образа, учитывая такие аспекты, как «подбор повода», гардероба, корреляция с цветом и состоянием кожи, зубов, ногтей, выбор правильного (то есть наиболее подходящего) оттенка, а в результате заключает, что «макияж с красной помадой – это настоящее искусство, где можно творить» [5], как бы подталкивая читательниц к освоению столь бесхитростных, но обязательных условий здесь и сейчас.

Помимо того, в современной гуманитаристике все чаще обнаруживают взаимосвязь между визуальным образом тела (и (или) его элементов) и субъективным благополучием (или неблагополучием) личности, качеством ее жизни, социальной и индивидуальной ролевой позицией. Макияж и иные виды косметических практик трансформации тела, осуществляемые в рамках повседневной и праздничной сфер культуры, мыслятся здесь как стратегия, реализующая и закрепляющая стереотипные информационные конструкты, позволяющая при случае причислять конкретного человека к конкретной социальной категории, наделять его всеми сложившимися к данному моменту типологическими атрибутами.

Сигнальная составляющая визуального образа лица, подменяя «естественный язык тела», создает в его пространстве особую образную когнитивную схему, подлежащую распределению, то есть обеспечивают программу реализации восприятия, оценки, формированию эмоции, дальнейшего действия. Коннотативная структура визуального образа осуществляется тем самым между природными и собственно культурными кодами, представляя собой структуру дискретных сообщений, где архитектура структуры всегда предполагает наличие определенных рациональных и эстетических означаемых. Кроме того, репрезентативные возможности визуального образа лица выступают и как элемент общей картины мира, и как сама картина мира, учитывающая специфику конструирования и интерпретации на уровне отдельной личности, социальной группы, субкультуры, отражающая ее (личности) мировоззрение, свидетельствующая «...о рефлексивном самопознании человека в процессах его жизненных практик» [12, С. 18].

На паттернальном уровне создаваемый средствами макияжа визуальный образ лица мыслится как феномен, включающий в основном типовые, иногда даже тематические, алгоритмы культурного производства, которые могут быть редуцированы в данном контексте средствами рассмотрения их центральной категории – «стиля». Как известно, обращение к категории «стиль» предполагает присутствие неких структурных признаков, позволяющих говорить о соотношении разрозненных в некотором роде элементов с неким реально существующим единым целым. При этом само стилистическое так же не составляет особого уровня или комплекса культуры, оно как бы пронизывает все

ее существо по вертикали и горизонтали и присутствует тем или иным образом в каждом из них, то есть онтологически описывает выразительные возможности и средства всей системы культуры или ее отдельно взятых подсистем, специфику их коннотации, конфронтации, закономерности функционирования в различных коммуникативных ситуациях. Наиболее активно оно имплицировано в архитектуру культурных комплексов искусства, образа жизни и моды.

Стиль в макияже выступает как нормативная структура, позволяющая объединять комплекс выразительных возможностей образа в единую иконическую (сигнально-символическую) целостность, сосредоточивать смысловые базисы, подготавливая их к последующей активной рефлексии и рецепции. Он может регламентировать и определенную совокупность приемов (стратегий, тактик, технологий, техник), связанных с производством или воспроизведением визуального образа лица, практическим аспектом его формообразования. Следовательно, говоря о стиле, мы всегда имеем в виду категорию единства формы и содержания, смысла и его образного воплощения, фиксирующую варианты или инварианты знаковой доминанты внешнего облика. Более того, стиль акцентирует те социокультурные аспекты хронотопа, которые являются наиболее значимыми в тот или иной период, в той или иной культуре. В данной связи можно говорить о целом ряде стилей, подразумевающих репрезентацию эпохи (периода), общенациональных универсалий, национальной идентичности. В частности, национальные стилевые особенности конструирования визуального образа средствами макияжа обусловлены ментальным уровнем его концептуальной воплощенности и указывают на значимые существенные признаки конкретных проявлений иконической доминанты; общенациональные стилевые универсалии утверждают систему общих признаков визуального образа, характерных для его общестилевого производства и потребления; стиль эпохи (периода) отражает конкретность тех или иных модных тенденций и направлений, обуславливающих определенные черты предметной воплощенности макияжа.

Например, говоря о национальных спецификах макияжа, можно выделить ряд особенностей: ментальность обуславливает эстетические доминанты, колористику, акцентированность образа, его интенсивность, динамику; техника и рисунок могут соотноситься с традиционными представлениями; элементы образа могут иметь символическое значение.

Для сравнения обратимся к свадебному макияжу в различных современных культурах. Так, этническая группа помаков, населяющая некоторые районы Турции, Болгарии, Греции, Македонии и Албании и в настоящее время для осуществления свадебного обряда активно использует традиционные косметические практики трансформации тела. Процесс нанесения «красок» и декоративных элементов на лицо строго регламентируется. Свадебный образ символизирует с одной стороны чистоту (невинность) и красоту невесты, а с другой – обозначает процесс ее перехода от одного жизненного состояния к другому. Второе значение семантически закрепляется и тем фактом, что до благословения на брак муллой, глаза девушки остаются

закрытыми. При этом в условиях современности традиционными остаются только образ невесты и приглашенных женщин, тогда как внешний вид мужчин (жениха и гостей) отражает актуальные стилевые тенденции (см. Рис. 1-3).

Сходный свадебный обрядовый комплекс распространен и среди мусульманской южнославянской группы средчан – жителей юго-западной части автономного края Косова и Метохии. Вместе с тем декорирование лица невесты имеет ряд особенностей, связанных с колористикой и графикой. Его изначальные семантические основы так же обусловлены символикой перехода, но в современных условиях он, как правило, отражает идею оберега от злых духов, «дурного глаза» и неудачи, способствует «привлечению счастья» в семейную жизнь (см. Рис. 4).



Рис. 1. Свадебный образ невесты этнической группы помаков. Источник: <https://clck.ru/3FNdZa>



Рис. 2. Свадебный образ невесты этнической группы помаков. Источник: <https://clck.ru/3FNdqZ>



Рис. 3. Свадебный образ невесты этнической группы помаков. Источник: <https://clck.ru/3FNdeB>



Рис. 4. Свадебный образ невесты у средчан. Источник: <https://clck.ru/3FNe4W>

Важно отметить, что распространение свадебных косметических практик трансформации лица во многих так называемых «восточных культурах» отличает устойчивый характер перехода от символической доминанты оформления лица к декоративному. Современные невесты Египта, Индии,

Индонезии (и иных стран) уделяют макияжу особое внимание: в большинстве случаев основной акцент делается на украшении бровей и век, активно используются декоративные элементы (например, накладные ресницы, стразы, блестки); цвета яркие, насыщенные; обязательным элементом является черный или темно-коричневый бровный и межресничный контур и (или) стрелка на верхнем веке, что придает образу максимальную четкость, графичность, выразительность (см. Рис. 5).

Тем не менее, в большинстве развивающихся культур традиционные аспекты внешнего облика все более тесно переплетаются с инновационными. Установление «европейского примера» как чистого эстетического образца приводит к доминированию общенациональной и временной стилевой специфики, которая в зависимости от задач может актуализировать образы и элементы как национального, так и интернационального стиля. К примеру, общенациональные стилевые особенности свадебного макияжа связаны с естественностью, гармонией природного и искусственного. Невеста, по-прежнему, воплощает собой чистоту и невинность, соответственно макияж глаз более мягкий, неконтрастный; основной прием не линия, а тушевка; цвет губ и скул натуральный. Временные стилевые параметры, обусловленные модными тенденциями, могут время от времени нарушать природный баланс и вносить в макияж яркие (в том числе и графичные) акценты (см. Рис. 6).



Рис. 5. Свадебный образ современной «восточной невесты». Источник: <https://clck.ru/3FNeLD>



Рис. 6. Общенациональные стилевые особенности свадебного макияжа. Источник: <https://clck.ru/3FNeax>

Кроме того, очевидно существование интегрального и локального стилей. Интегральный стиль в макияже определяет степень их корреляции с иными типами практик трансформации тела (например, с косметологическими, вестиментарными, практиками куафюр-трансформации). Он подтверждает соотношение (или несоотнесение) конструируемого образа лица с общей визуальной картиной тела как носителя имманентной субстанциональной реальности, погруженной в формальный или неформальный контекст. Локальный стиль, напротив, концентрируется в плоскости самих косметических

практик трансформации лица, отражая те специфические особенности, которые характерны для того или иного их типа в тот или иной период времени, в том или ином пространстве. И интегральный, и локальный стили формируются под влиянием национальных стилевых особенностей, общенациональных универсалий, стиля эпохи. В итоге стилевые специфики косметических практик трансформации лица образуют систему взаимосвязанных компонентов, выступающих в качестве маркерных или эстетических средств визуальной «кодировки» личности. Эта «кодировка» устанавливает возможность осуществления коммуникативной деятельности с объектом, реализующим косметическую трансформацию, позволяет при восприятии активно использовать стилевой ресурс для «реконструкции» реальной формы и содержания, соотнесения ее с идеальной, сопоставления стиля косметического преобразования лица с иными аспектами трансформации визуального образа человека с целью постижения единства или констатации его отсутствия. Она служит одним из базовых элементов соматического коммуникативного цикла современности, способствует непрерывной циркуляции информационного потока и обмена.

Как правило, в структуре образа жизни стилевые параметры косметического образа лица сопоставляются с общими компонентными спецификами организации жизнедеятельности человека, зависящими от социального положения субъекта, его потребностей, интересов, мотивов, характера включенности в самую социокультурную деятельность, регламентирующую конкретные ее виды. В данном контексте конкретный результат косметических практик трансформации лица является производным показателем социализированности и инкультурированности индивида в среду, стратовой принадлежности человека, его производственно-трудовой ориентации и т.п.

В структуре моды как интегральный, так и локальный стили являются предметом разработки стилистов-трендсеттеров, ведущих мастеров индустрии, «топовых» визажистов. Особое влияние на данный процесс оказывают производители косметических средств, редакторы модных журналов, бьютиблоггеры, знаменитости («звезды», «селебрити»), дизайнеры одежды, фотографы, режиссеры и т.п. Формируемые и тиражируемые «модные образы» становятся источником и образцом инновативных преобразований естественного лица в лицо культурное, точнее в модное лицо.

Традиционно считается, что актуальные тенденции являются следствием своего рода «социального заказа» на определенный стиль жизни, однако в условиях современной массовой культуры такое утверждение недостаточно правомерно. Более закономерно говорить о генерировании (производстве) и трансляции (потреблении) модных образов по диффузному принципу, то есть принципу взаимного влияния индустрии моды и красоты и повседневности. При этом ускорение темпов визуальной новатики приводит к появлению значительного количества паттернальных вариантов, позволяющих проявлять личные вкусовые предпочтения, способствующих повышению

индивидуальности соматического образа. Такой полистилизм, пронизывая социокультурную ткань современности, обуславливает и иное отношение между производителями и потребителями образов, содействует выработке более творческой позиции личности, ее максимального самовыражения, самоидентификации и самопрезентации. Отсюда модный косметический образ соответствует не только определенным общекультурным образцам, наделенным актуальными значениями, но и оказывает содействие в передаче этих образцов, «...обозначаемых ими ценностей моды: «внутренних» (современности, универсальности, игры и демонстративности) и стоящих за ними разнообразных «внешних» ценностей, выражающих глубинные потребности и стремления различных обществ, социальных групп и индивидов» [4, С. 292].

Таким образом, концептуальные и паттернальные основания косметических практик трансформации лица не просто направляют и фиксируют процессуальную сторону их осуществления, но и способствуют формированию наиболее гармоничной и целостной предметности – человек превращается в артефакт, в искусственно созданный объект. Тотальность его искусственности определяется тотальностью действия всей системы культуры.

Результат косметической трансформации лица средствами макияжа, понимаемый как артефакт, является итоговой предметной формой очеловечивания человека человеком, причем формой одухотворенной, социализированной, этизированной и эстетизированной. Вместе с тем восприятие визуального образа человека, созданного средствами косметических практик трансформации лица как артефакта статичного, законченного, конечного, неправомерно. Его специфика – динамика, основа его бытия – метаморфоза. Следовательно, он, как искусственный объект, может быть создан, при необходимости воссоздан, но, как правило, постоянно подвергается изменению, обусловленному и внутренними, и внешними факторами.

Важно отметить, что диссеминация является одним из главных условий существования косметических практик трансформации лица в современных условиях, то есть в условиях современной культуры, поскольку их предметность имеет такой же фактический статус, как и предметность иных проявлений социокультурной деятельности; они могут осуществляться и репрезентироваться в рамках двух пространств – реального и псевдореального. При этом под реальным пространством диссеминации и функционирования макияжа понимается, прежде всего, его физическое воплощенное бытие в конкретном объекте, действующем в условиях рефлексированного как действительность хронотопа, где параметры времени ограничиваются естественными возможностями репрезентации и сохранности образа, а «метоположение» коррелирует с контекстом, характером и спецификой текстуальности образа, личными и социальными стратегиями, желаемыми и (или) требуемыми ролевыми позициями. Под псевдореальным (виртуальным) пространством – специфическая вторичная информационно-коммуникативная среда, в которой происходит дополнительное опредмечивание образа через его фиксацию,

трансформацию, аккумуляцию, презентацию и трансляцию антропологическими когнитивно-рефлекторными и техническими средствами.

В «континууме действительности» образы, созданные средствами макияжа, непосредственно вписываются в культурную ткань общественной жизни, определяя внешние параметры личности, включенной в социокультурную визуальную коммуникацию. Эти образы могут обладать семантической инвариантностью или вариативностью, однако, так как они принадлежат носителю в определенный промежуток времени и в четко обозначенном пространстве, то способны обретать точные содержательные ориентиры, указывающие на особенности чтения смыслов и значений. Вместе с тем ограничиваясь только реальным существованием, эти образы могут быть сохранены лишь в памяти самого «носителя образа», а также иных людей, воспринимавших его. Повторное воспроизведение образа в памяти актуализирует его реальность (то, что он когда-то был), но затрудняет его трансляцию другим субъектам, возможность точного повторения. Если перефразировать слова Августина Блаженного, то реальное настоящее образа связано с его созерцанием, а реальное прошлое – с его воспоминанием.

В большинстве случаев рефлексия реального созерцания и механика воспоминания базируются на возможности вербального описания косметического образа, однако, здесь таится весьма существенная проблема. Вспомним аналитику одежды Р. Барта. В работе «Система моды» он пишет: «Я раскрываю журнал Моды и вижу, что передо мной две разные одежды. Одну мне показывают на фотографиях или рисунках, это одежда-образ. Другая – это та же самая одежда, но описанная, преображенная в речь... <...> В принципе и та и другая одежда отсылает к одной и той же реальности (к определенному платью, которое в определенный день носила определенная женщина), однако у них неодинаковая структура, так как они сделаны из разных материалов, а значит и отношения в них различны: для одной материалами являются формы, линии, поверхности, краски, а отношения носят пространственный характер, для другой же это слова, а отношения носят характер если не логический, то, по крайней мере, синтаксический; первая структура – пластическая, вторая – вербальная. Значит ли это, что каждая из этих структур целиком сливается с общей системой, из которой она возникла...» [1, С.36]. По аналогии зададимся вопросом: может ли описание косметического образа быть тождественно самому косметическому образу и отражать одну и ту же реальность? Попробуем разобраться.

Помня о том, что косметический образ всегда есть опредмеченный факт, любая коммуникация с ним разумеется как распредмечивание. Следовательно, перевод воспринятого образа в словесную форму не может быть нечем иным, как дополнительным индивидуальным опредмечиванием полученного впечатления. Иными словами, наблюдаемый косметический образ формирует в сознании воспринимающего субъекта когнитивно-рефлекторный образ первоначального косметического образа, любое воспроизведение которого (в данном случае словесное) сопряжено с субъективной деятельностью человеческого сознания. Чем четче, активнее и эффективнее память, мышление и речь воспринимающего

субъекта, тем качественнее вторичное опредмечивание, но оно все равно вторичное, оно все равно дополнительное, нетождественное первоначальному образу, а значит псевдореальное. Подобная ситуация может быть выявлена и при рассмотрении копирования образа «по памяти». Безусловно, все это относится не только к косметическому образу, а к образу как таковому. С.А. Лишаев, описывая специфику воспроизведения рисунка-мимесиса, указывает: «Воспоминание, перенесенное на бумагу, – это конструкция, но конструкция, в основании которой – субъективность рисовальщика, его переживание и понимание действительности. В то же время экспликация воспоминания – это не только вычитание, но всегда еще и прибавка, прибыль: человек вносит в рисунок больше, чем помнит. В опредмеченное на бумаге воспоминание он вписывает свое представление о том, какой должна быть (должна была быть) его жизнь и, соответственно, каким должно быть его прошлое. Вот почему трансформированный при переводе на бумагу образ остается живым, индивидуализированным образом-воспоминанием» [6, С.23].

Помимо этого, псевдореальность (виртуальность) косметического образа лица утверждается с помощью его пространственно-временной фиксации средствами создания фотографий и (или) видеоизображений, то есть по сути событийных копий его реального существования, или, выражаясь терминологией Платона, «симулякрумов». При этом любая техническая регистрация отражает лишь ту часть реальности, которая генетически моделируема. Это фрагмент универсума, но не сам универсум. Это фрагмент образа, но не сам образ. Тем не менее, как только эти образы «...становятся объектами технических процедур копирования, они попадают в сферу действия “геологического” процесса накопления “осадочных пород” культуры, приводящего к обогащению инвентаря материалов, составляющих память общества и обеспечивающих преемственность его развития» [7, С.89].

Косметический образ, рожденный границами повседневности и праздничности, репрезентированный средствами фото- и видеоизображений, выполняет, как правило, ту же функцию, что и механическое его запоминание. Это память, индивидуальная, родовая, групповая. Вернее, визуальная память о визуальном образе, которая «...вся основывается на том, что есть самого отчетливого в следе, самого материального – в останках, самого конкретного – в записанном на пленку, самого зримого – в образе» [8, С. 28], ведь «...чем меньше память переживается внутренне, тем более она нуждается во внешней поддержке и в осязаемых точках опоры, в которых и только благодаря которым она существует. Отсюда типичная для наших дней одержимость архивами, влияющая одновременно как на полную консервацию настоящего, так и на полное сохранение всего прошлого. Чувство быстрого и окончательного исчезновения памяти смешивается с беспокойством о точном значении настоящего и неуверенностью в будущем, чтобы придать зримое достоинство запоминающегося самым незначительным останкам, самым путанным свидетельствам» [8, С. 29].

Фото- или видеообраз здесь становится меткой, обращение к которой актуализирует минувшее, позволяет обновить полученные когда-то впечатления как от самого внешнего образа, так и от того контекста, в котором и для которого он был создан; предоставляет возможность сравнить реализованный косметический образ с тем, что наличествует в данный момент, уловив при этом весь спектр вероятных изменений (в частности, прошлое/настоящее, естественное/искусственное, модное/немодное и т.п.), мысленно возвращая реципиента к точке отсчета, свершившемуся факту, к тому, чем уже человек обладал, каким он был.

Доступность технических средств, а значит и способов создания «оттисков» биографической визуальной памяти способствует усилению темпов их появления, накопления, вариантов хранения и демонстрации. Особенно значимым фактором в этом процессе являются современные интернет-технологии. С одной стороны, они расширяют сферу псевдореального существования вторичных форм косметического образа, с другой – содействуют увеличению их количества. Домашние архивы больше не являются единственно возможным «местом отражения прошедших событий», а индивидуальная память все больше превращается в социальную. Сегодня на уровне социальной нормы принято делиться образами. Макияж притягивает взгляды, «будоражит» общественность, заставляет ее проявлять внимание и интерес (например, оставлять комментарии в соцсетях, ставить «лайки»). Образ, являющийся сообщением сам по себе, обрастает все новыми и новыми дополнительными сообщениями, по которым судят, которыми восхищаются и которым завидуют. Кроме того, демонстрация личных фото- и видеоматериалов, содержащих косметический образ, зачастую приводит к тому, что они начинают «жить собственной жизнью», утрачивают функциональные связи с первоначальным объектом и контекстом.

Заключение. Подводя итог второй части в форме тезисов можно констатировать следующее:

1. Макияж, являясь социокультурным феноменом, активизирует и актуализирует не только процессы социализации и инкультурации тела, но и провоцируют восприятие тела как основы для творческого самовыражения, пространства визуализации субъективного творческого акта. В макияже лицо человека является проектируемой реальностью, а методика его артефактализации служит основой формирования передовых стратегий, тактик, технологий и техник. Подвергаясь косметическим манипуляциям, телесная составляющая психофизиологического бытия человека активно включается в культурный процесс с точки зрения всех его базовых подсистем (концепты, паттерны, артефакты), при этом истинная предметность тела служит одновременно и источником, и вместилищем, и результирующим показателем инновативной проективной реальности. Вместе с тем практическая деятельность, направленная на косметическую трансформацию лица, не образует самостоятельного культурного комплекса, а встраивается в реализацию уже имеющихся, дополняя и расширяя их институциональное и процессуально-предметное поле.

2. Макияж как ведущая косметическая практика трансформации лица имеет одновременно рациональную и иррациональную природу, которая может быть рассмотрена как в индивидуальной, так и в социальной плоскостях.

3. Результативной единицей предметного бытия косметической трансформации лица средствами макияжа является созданный визуальный образ.

4. На концептуальном уровне этот образ мыслится как знаковая структура невербального языка лица (тела), сконцентрированная вокруг их собственно иконической доминанты, подразумевающей, однако, не только «простые образные качества» означаемого, но и его сигнальную и символическую обусловленность. Репрезентативные возможности визуального образа лица выступают и как элемент общей картины мира, и собственно как сама картина мира, учитывающая специфику его конструирования и интерпретации на уровне отдельной личности, социальной группы, национальной культуры или субкультуры.

5. На паттернальном уровне реализация проекта косметической трансформации лица человека средствами макияжа акцентирует в основном типовые, иногда даже тематические алгоритмы культурного производства, наиболее емко отражаемые в стиле и стилистике.

6. Результат косметической трансформации лица, понимаемый как артефакт, является итоговой предметной формой очеловечивания человека человеком, и прежде всего формой одухотворенной, социализированной, этизированной и эстетизированной. Тотальность его искусственности определяется тотальностью действия всей системы культуры.

7. Диссеминация является одним из главных условий существования косметических практик трансформации лица в современных условиях, то есть в условиях современной культуры, поскольку их предметность имеет такой же фактический статус, как и предметность иных проявлений социокультурной деятельности; они могут осуществляться и репрезентироваться в рамках двух пространств – реального и псевдореального (виртуального).

8. Под реальным пространством диссеминации косметического образа понимается, прежде всего, его физическое воплощенное бытие в конкретном объекте, действующем в условиях рефлекслируемого как действительность хронотопа, где параметры времени ограничиваются естественными возможностями репрезентации и сохранности образа, а «местоположение» коррелирует с контекстом, характером и спецификой текстуальности образа, личными и социальными стратегиями, желаемыми и (или) требуемыми ролевыми позициями. Под псевдореальным (виртуальным) пространством понимается специфическая вторичная информационно-коммуникативная среда, в которой происходит дополнительное опредмечивание образа через его фиксацию, трансформацию, аккумуляцию, презентацию и трансляцию антропологическими когнитивно-рефлекторными и техническими средствами.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Барт Р. Система Моды. Статьи по семиотике культуры / Р. Барт. – Москва : Издательство им. Сабашниковых, 2003. – 512 с.
2. Богуславский В. М. Общее представление об оценках внешности человека : словарь / В. М. Богуславский. – Москва : ООО «Издательство АСТ», 2004. – 254 с.
3. Бодрийяр, Ж. Символический обмен и смерть / Ж. Бодрийяр. – Москва : Добросвет, 2000. – 387 с.
4. Виниченко И. В. Трансформация ценностных ориентиров и поведения участников модного процесса на различных этапах истории отечественной культуры / И. В. Виниченко, Е. А. Баландина, Ж. А. Фот, Н. Ю. Гнилоухова // Омский научный вестник. – № 4 (111). – 2012. – С. 290-294.
5. Калинин Т. Яркая кокетка – красные губки / Т. Калинин // Губа.ру : сайт. – URL: <https://clck.ru/3FNgtz> (дата обращения: 12.10.2024)
6. Лишаев С. А. Помнить фотографией (к анализу фотографической конструкции памяти) / С. А. Лишаев // Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия: Философия. Филология. – Выпуск № 1. – 2009. – С. 12-36.
7. Моль А. Социодинамика культуры / А. Моль. – Москва : Издательство ЛКИ, 2008. – 416 с.
8. Нора П. Проблематика мест памяти / П. Нора // Франция-память. – Санкт-Петербург : Издательство Санкт-Петербургского университета, 1999. – С. 17-50.
9. Очеретяный, К. А. Механика и косметика: практики моделирования тела / К. А. Очеретяный // Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. – № 1. Том 2. – 2014. – С. 139-146.
10. Рамси Н. Психология внешности / Н. Рамси, Д. Харкорт. – Санкт-Петербург : Питер, 2009. – 256 с.
11. Сидо Н. Незамеченные самоубийства / Н. Сидо // Проза.ру : сайт. – URL: <https://clck.ru/3FNqg8> (дата обращения: 14.10.2024).
12. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В. Н. Телия. – Москва : Языки русской культуры, 1996. – 288 с.

References

1. Bart R. Sistema Mody`. Stat`i po semiotike kul`tury` / R. Bart. – Moskva : Izdatel`stvo im. Sabashnikovy`x, 2003. – 512 s. (In Russ.)
2. Boguslavskij V. M. Obshhee predstavlenie ob ocenках vneshnosti cheloveka : slovar` / V. M. Boguslavskij. – Moskva : ООО «Izdatel`stvo AST», 2004. – 254 s. (In Russ.)
3. Bodriyar, Zh. Simvolicheskiy obmen i smert` / Zh. Bodriyar. – Moskva : Dobrosvet, 2000. – 387 s. (In Russ.)
4. Vinichenko I. V. Transformaciya cennostny`x orientirov i povedeniya uchastnikov modnogo processa na razlichny`x e`tapax istorii otechestvennoj kul`tury` / I. V. Vinichenko, E. A. Balandina, Zh. A. Fot, N. Yu. Gnilouxova // Omskiy nauchny`j vestnik. – № 4 (111). – 2012. – S. 290-294. (In Russ.)
5. Kalinko T. Yarkaya koketka – krasny`e gubki / T. Kalinko // Guba.ru : sajт. – URL: <https://clck.ru/3FNgtz> (data obrashheniya: 12.10.2024) (In Russ.)
6. Lishaev S. A. Pomnit` fotografiej (k analizu fotograficheskoy konstrukcii pamyati) / S. A. Lishaev // Vestnik Samarskoj gumanitarnoj akademii. Seriya: Filosofiya. Filologiya. – Vy`pusk № 1. – 2009. – S. 12-36. (In Russ.)

7. Mol` A. Sociodinamika kul'tury` / A. Mol`. – Moskva : Izdatel'stvo LKI, 2008. – 416 s. (In Russ.)
8. Nora P. Problematika mest pamyati / P. Nora // Franciya-pamyat`. – Sankt-Peterburg : Izdatel'stvo Sankt-Peterburgskogo universiteta, 1999. – S. 17-50. (In Russ.)
9. Ocheretyany`j, K. A. Mexanika i kosmetika: praktiki modelirovaniya tela / K. A. Ocheretyany`j // Vestnik Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta im. A. S. Pushkina. – № 1. Tom 2. – 2014. – S. 139-146. (In Russ.)
10. Ramsi N. Psixologiya vneshnosti / N. Ramsi, D. Xarkort. – Sankt-Peterburg : Piter, 2009. – 256 s. (In Russ.)
11. Sido N. Nezamechenny`e samoubijstva / N. Sido // Proza.ru : sajt. – URL: <https://clck.ru/3FNgg8> (data obrashheniya: 14.10.2024). (In Russ.)
12. Teliya V. N. Russkaya frazeologiya. Semanticheskij, pragmaticeskij i lingvokul'turologicheskij aspekty` / V. N. Teliya. – Moskva : Yazy`ki russkoj kul'tury`, 1996. – 288 s. (In Russ.)

Информация об авторе

Пронькина Анна Владимировна, доктор философских наук, кандидат культурологии, доцент, профессор кафедры культурологии Рязанского государственного университета имени С.А. Есенина, Рязань, Россия.

e-mail: a.pronkina@365.rsu.edu.ru

Information about the author

Pronkina Anna Vladimirovna, doctor of philosophy, candidate of culturology, associate professor, professor of the department of culturology Ryazan State University named after S.A. Yesenin, Ryazan, Russia.

e-mail: a.pronkina@365.rsu.edu.ru

Дата поступления статьи: 12.10.2024