

# §2 ПРАВОВАЯ И ПОЛИТИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА

Цуркан А. А.

## ГЛАМУР КАК МОДУС СОСТЯЗАТЕЛЬНОСТИ: ПРИРОДА И ВЛИЯНИЯ

**Аннотация.** Предметом исследования данной статьи является феномен гламура как модус состязательности в контексте современной массовой культуры, его генезис, этапы формирования и степень воздействия на общественное сознание Европы (Запада). В статье автор рассматривает воздействие британской (Скотт, Байрон) и французской (образ Наполеона I) традиции на формирование мифологии, идеологии и эстетики гламура как способа осуществления принципа состязательности, с целью выявления коэффициента успешности и определения статуса участников состязательного процесса в этом сегменте массовой культуры. Методологической основой данной работы являются: метод восхождения от абстрактного к конкретному, принцип историзма, компаративистский анализ. Новизна статьи заключается в рассмотрении феномена гламура как способа проявления (модуса) принципа состязательности в контексте социокультурной эволюции, генезис этого явления, его мифологии и эстетики. Основной вывод статьи заключается в том, что в эпоху Нового времени и в контексте формирования массовой культуры гламур становится не только значимым эстетическим феноменом, но, что важнее, способом осуществления состязательности, критерием определения успешности индивида в условиях возрастающей конкуренции и социальной динамики европейского (западного) общества.

**Ключевые слова:** гламур, конфликт, конкуренция, массовая культура, эстетика, Вальтер Скотт, Джордж Байрон, Наполеон I, бренд, стиль.

**Review.** The subject of the research of the present article is the phenomenon of glamour as a mode of competitiveness in the context of modern mass culture, its genesis, stages of formation and the degree of its influence on the European (Western) public consciousness. In the article the author considers the influence of British (Scott, Byron) and French (the image of Napoleon I) traditions on the formation of mythology, ideology and aesthetics of glamour as a means of realisation of the competitiveness principle in order to reveal the success coefficient and determine the status of the competitors in this segment of mass culture. Methodologically the study is based on the method of ascension from abstract to particular, the principle of historicism, and comparative analysis. The novelty of the article lies in consideration of the phenomenon of glamour as a way of displaying (mode) of the competitiveness principle in the context of sociocultural evolution, the genesis of this phenomenon, its mythology and aesthetics. The main conclusion of the article is that in the modern era and in the context of the formation of mass culture, glamour has become not only a significant aesthetic phenomenon,

*but also, which is even more important, a way to implement competitiveness, a criterion for determination of the success of an individual under the conditions of growing competition and social dynamics of European (Western) society.*

**Keywords:** *glamour, conflict, competition, mass culture, aesthetics, Walter Scott, George Byron, Napoleon I, brand, style.*

Одним из наиболее значимых модусов, в которых состязательность проявляет себя в контексте массовой культуры, несомненно, является феномен гламура (*glamour*), в переводе с английского означающий «шарм», «очарование», «обаяние». Речь идет об основанном на принципах гедонизма фило софско-эстетическом феномене, связанном с культурой массовой потребления, модой и шоу-бизнесом. Вместе с тем «... гламурными могут быть и бизнес-стратегия, технология, политика или научная идея» [1. С.7]. Гламур — это новая по своей сути манифестация успешности, которая реализуется по средствам создания и тиражирования семулякров роскоши, благосостояния, молодости, здоровья и сексуальности. Появление гламура в контексте массовой культуры сопряжено с массовым производством и потреблением культурных артефактов, их усреднением. Все это происходило на фоне радикальных изменений социальной структуры европейского общества в эпоху Нового времени, в связи с формированием принципиально отличного от предшествующих периодов европейской истории стиля поведения, системы ценностей и жизненно значимых ориентиров. Радикальные изменения в мировоззренческих установках эпохи Нового времени в связи с бурным развитием буржуазно-капиталистических отношений повлекли за собой изменения и в процессе состязательности. Обретение успеха, конституирование себя как «успешный индивид» — все это было мотивировано иными, чем в прежние эпохи причинами и факторами. Речь идет об изменении социальной структуры европейского общества Нового времени, прежде всего, в связи с постепенным угасанием роли старой аристократии и возвышением третьего сословия, которое будучи включено в весьма интенсивный процесс конкуренции нуждалось в новых аксиологических установках и в новых критериях успешности. «Среди многих новшеств того времени был и гламур — воображаемый синтез богатства, красоты и славы, он возбуждал зависть и не передавался по наследству, а создавался самим челом веком» [2. С. 22]. Смысл гламурной тенденции в развитии социума заключался в том, чтобы «... стесывать вершины индивидуальности и засыпать ее же пропасти щебенкой безделушек. То есть, речь идет о массовой технологии удовольствия» [3. С. 20].

В 1938 году в книге «Гламур и как его достичь», автором которой являлась ныне совер-

шенно забытая голливудская актриса Сали Лобел (*Sali Lobel, Glamour and How to Achieve It (London: Hutchinson, 1938)*), утверждалось, что гламур можно заполучить лишь с помощью богатства, завладеть им легко, если не целиком, то хотя бы частью — «ведь половина буханки лучше, чем ничего». Пришедшее к власти третье сословие, нувориши, внезапно разбогатевшие буржуа воспринимали прежние нормы и ценности европейской аристократии часто как объект для подражания, имитации и осуществления в гораздо более широких масштабах, нежели чем это имело место в прежние эпохи. Массовизация культуры в связи с возникновением средств массовой информации и либерализации нравов, что было свойственно постхристианской эпохе Нового времени в Европе, а затем и в остальном мире, тяготевшем к европейским ценностям — все это вызвало к жизни появление принципиально нового типа личности: самодостаточной, эгоистичной, амбициозной и активной, мотивированной на достижение немедленного успеха и его репрезентации, которые имели бы социально-значимый и аксиологически нагруженный характер. Речь идет, прежде всего, о богатстве и преуспевании, тиражирование которых стало нормой жизни европейского общества эпохи Нового времени.

Логика социокультурной эволюции Европы была такова, что добившись успеха в длительном состязании в ходе многовековой средневековой истории, европейская аристократия всячески пыталась узаконить собственный успех, отлить его в традиции, сделать сакральной наследственной при вилегий, освященной ритуалом и протоколом. Во многом искусственно созданный стасис Средневековья создавал значительное социальное напряжение и был взорван чередой революций, которые стали своеобразной перегрузкой состязательного процесса в Европе и остальном мире. В этой связи, изменение качества состязания в эпоху Нового времени, включение в него значительных социальных слоев, демократизация социального процесса могут быть оценены как объективная социально-экономическая и политическая основа возникновения феномена гламура как новой системы ценностей, но вой системы критериев отбора «успешных» в сопоставлении с «потерпевшими поражение неудачниками» и теми, кто оказался маргинализирован в результате жесткой конкурентной борьбы.

Сам характер буржуазно-капиталистического общества предполагает повышение активности индивида, установку на максимально быстрое осуществление собственных амбиций и их публичную манифестацию ради обретения общественного признания. В этом смысле появление гламура было не только объективно предзадано, но и необходимо, поскольку в качестве индикатора успешности, он оказывается вплоть до сегодняшнего дня весьма эффективным средством дифференциации победителей и проигравших. «Преображение королевского и аристократического великолепия в современный гламур произошло из-за распространения товаров фабричного производства, роста больших городов, в которых преобладала анонимная социализация, замены наследуемых привилегий заслуженными, превращение городского родского толпы в современную публику и развитие прессы и рекламы. Очевидно, что все эти сдвиги были результатом более глобальных процессов экономических и политических изменений. Среди них — конец абсолютизма и подъем народного суверенитета, индустриальная революция и рождение современного потребления, изменение сексуальных нравов и возникновение главенствующей системы ценностей, в которой нормой было отложенное, а не немедленное удовольствие. Последнее изменение важно, потому что у людей постоянно были сильные неудовлетворенные желания, а это лежало в основе всей культуры мечтаний. Появлялось все больше романов, журналов и газет, иллюстраций, пьес и массовых развлечений, которые одновременно и приносили косвенное удовлетворение, и возбуждали желания, направленные на потребление» [2. С.12].

Демократизация богатства в контексте буржуазно-капиталистического общества и возникавшей в его недрах массовой культуры, обеспечение большей доступности такового для представителей самых широких социальных слоев, в общем и целом, раскрепостило индивида настолько, что отделиться от себя подобных стало значительно сложнее. Отсюда крикливость и некоторая избыточность тех проявлений исключительности, которая фокусируется в феномене гламура. Исследователи отмечают в качестве одной из базовых его характеристик стремление к нарочитости и избыточности в демонстрации собственного благополучия, успеха, роскоши и здоровья и всего того, что сопряжено с несомненным первенством в отношении к себе подобным. Герой романа О. Уайльда Лорд Генри говорит своему визави: «Живите! Живите той чудесной жизнью, что сокрыта в вас. Ничего не упускайте, вечно ищите все новых ощущений! Ничего

не бойтесь! Новый гедонизм — вот что нужно нашему поколению» [4. С.36].

Гламур демократичен и вместе с тем копирует некоторые аристократические установки, унаследованную от Средневековья аристократическую матрицу поведения. Но это новый аристократизм. Он отличается гораздо большей динамичностью, широко популяризируется средствами масс-медиа. Он открыт имитации со стороны тех, которые оказались за гранью успеха и благополучия. Гламур в том виде, в каком он сформирован в контексте культуры массового производства и потребления, несомненно, является индикатором принадлежности к высшему классу, в условиях, когда любые социальные различия, статика и консерватизм прежнего европейского общества отвергнуты, а межклассовые границы и барьеры легко преодолеваются за счет наличия новой системы социальных лифтов. «Эта форма жизни преобразует тех, кто ее, так сказать, исповедует: для них еще не найдено общепринятое имя, но сам класс как реальная социальная сила уже есть, и его приобщение к гламуру можно сравнить с внесением классового сознания в ряды пролетариата. Гламур, следовательно, представляет собой, прежде всего, идеологию и притом идеологию наступательную, точнее говоря, способную к наступлению посредством авангарда» [3. С.21].

Гламур, несомненно, символизирует принципиально новое качество успешности. Оно было во многом обусловлено резкой интенсификацией всех наличествующих социальных процессов, ускорением самого времени и более обостренным переживанием такового. Статика средневекового общества оказалась заменена новой моделью времени, которая не только превратилась в товар, но и оказалась столь скоротечным, что в условиях быстротечного человеческого существования манифестация собственной успешности, ассоциируемая с молодостью и здоровьем, сексуальностью и благополучием оказалась чем-то настолько необходимым и настолько желаемым, что, подчас, человек оказывается пленником этого состояния. Вместо прежней размеренности существования, утверждается установка на приобретение максимально быстрого успеха и его последующей демонстрации.

Гламур не терпит размеренности и лени. Он обладает не только при знаком избыточности, но и, несомненно, сиюминутен. Гламур соткан из брендов, стилей и поведенческих стереотипов, совокупность которых направлена на достижение шокирующего публику внешнего эффекта. Яркость формы в нем абсолютно и всегда превалирует над

глубиной содержания. Пожалуй, последнее даже пугает. Оно не является приоритетом. Оно вызывает некоторую настороженность. Глубина отсылает нас к консерватизму, асоциальности прежних эпох. Тогда как гламур, будучи культурой молодых, ни в коей мере не ориентирован на поиск этой глубины, не устремлен на то, чтобы укоренить себя в вечности. Ценность временного и сиюминутного, свободная игра состояний, постоянно репродуцированный набор симулякров, ориентированных на то, чтобы удивить своей избыточностью, шокировать яркостью внешних эффектов — вот что, по сути своей, и определяет состояние этого феномена в контексте массовой культуры.

В конечном итоге, все это вполне объяснимо, поскольку разрыв с эссенциальностью, онтологическим фундаментализмом, который происходил в европейском сознании на фоне растущей либерализации такового, в связи с дехристианизацией нравственности и созданием принципиально нового типа личности влечет за собой ту установку, которая диктует новые правила игры. Успешность более не ассоциируется с чем-то традиционным. Она требует немедленных проявлений. По сути своей, успех перестает быть чем-то консервативным и унаследованным от прежних состояний. Напротив, динамика буржуазно-капиталистических отношений, широкое тиражирование стилей и брендов, которые являются своеобразным откликом либерализации и эмансипации социальных отношений — все это делает возможным для «высочки» обрести тот статус, который будет не только приемлемым для остальных, но и вызывать их зависть и желание подражать.

Обостренное переживание скоротечности существования, вызванное объективными процессами изменениями базисных характеристик европейского общества повлекло за собой установку на сиюминутность во всем, на желание испытать возможно большую полноту самого процесса экзистенции. В этом смысле наиболее значимые проявления счастья человеческого существования, которые группируются вокруг секса и удовольствия, развлечения и моды — все это определяет принципиально новое, качественно иное состояние успешного индивида. Прежние табуированные и рассматривавшиеся как греховные, вульгарные проявления человеческого естества, прежде всего касавшиеся сексуальности, теперь оказались не только оправданы, не только либерализованы, но и по сути своей объявлены единственной значимой ценностью, наряду с кричащими проявлениями богатства и здоровья.

Европейское «третье сословие», всегда испытывавшее значительный прессинг из-за системы регламентаций и подавлений человеческой сексуальности, равно как и телесности *par excellence*, теперь обнаружило себя в принципиально новом состоянии. Оказалось, что деньги существуют для того, чтобы приносить удовольствие, а время для того, чтобы быть пережитым, прожитым, испытанным здесь и сейчас. Любая отсылка к трансцендентному, любые спекуляции на тему метафизических ценностей и вечностей, в этой ситуации галолирующего изменения, ставшего ценностью самой по себе, оказались отвергнуты. Если и можно говорить о какой-то ценности, то лишь о ценности сиюминутного. В живом состязательном процессе, в который оказывались вовлечены значительные социальные слои европейского, а затем и западного общества гламур оказался тем искомым результатом причастности к которому не только давала индивиду статус и обожание в глазах тех, кому повезло меньше, но и обозначало для него самую полноту существования, ту глубинную смысловую наполненность человеческой жизни, которая только и была возможной в условиях постоянной смены состояний и постоянной гонки за новыми образами.

В гламуре есть что-то от постмодернистских интуиций ризомы и нома дологии. Гламурная личность не укоренена в традиции. Она свободно перемещается во времени и пространстве. Она постоянно иная. Инаковость гламура, сколь бы не была искусственностью последняя, сколь бы не вызвала они отвращения у сторонников конформизма и традиционализма, по сути своей является синонимом постмодернистской категории симулякра. Человечество не только стремится к созданию собственных образов в гламуре, каждый из которых был призван манифестировать его успешность, не только ориентирован на это, но и вовлечен в этот процесс настолько, что по сути своей, не в состоянии вырваться за его пределы.

Ключевыми компонентами создания принципиально нового культурного ландшафта Европы стали французская и английская традиции. Французский абсолютизм — старый режим заложил основы для создания новой мифологии гламура. Эти основы были освящены традицией и, так или иначе, формировались на базе принципов французской абсолютистской католической монархии, символом которой стал Версаль и правление Людовика XIV. Эту эпоху, последнюю в период европейского Средневековья, нужно считать своеобразным подготовительным этапом в формировании новой философии гламура. Роскошь версальской

аристократии — это не демократическая по своей природе демонстрация благополучия и преуспевания, свойственная ну воришам Нового времени. Но, тем не менее, те каноны стиля, которые были заданы версальским двором последних Бурбонов (речь идет о Людовиках XIV–XV-м, прежде всего). Некий эстетический канон, который был воплощен в стилистике поведения французской аристократии эпохи упадка Абсолютизма и так или иначе ассоциировался с именами Людовика XIV и Марии Антуанетты, в конечном итоге, послужил своеобразным эталоном для формирования новой системы ценностей, стилей и трендов, которые пришли на смену старому режиму в связи с радикальными экономическими и социально-политическими катаклизмами эпохи Нового времени.

К концу правления Людовика XIV т.н. «... «цивилизация морали» покинёт глянцево-официальное убранство Версаля и расцветет в частных особняках, когда все эти атрибуты перестанут быть принадлежностью одного лишь дворянства, и оно окажется предоставлено самому себе, своим сомнениям, своему цинизму, своим разочарованиям, в условиях общественного порядка трагически лишённого божественной обоснованности. Как писала маркиза де Мертей у Шодерло де Лакло: Роскошь поглощает все: ее порицают, но приходится за нею тянуться, и в конце концов излишества лишают необходимого» [с.с. 49–50]. Французская абсолютистская монархия, несомненно, консервировала привилегии и блокировала состязательность, мешая в силу унаследованной от Средневековья ригористичности социальной системы, выдвижению на первый план представителей третьего сословия в массовом количестве. Это и послужило одной из причин Великой Французской революции 1789 года. Вместе с тем французская монархия, как уже отмечалось, создавала определенную мифологию, в которой роскошь становилась не просто индикатором успешности, но существенной составляющей жизни успешного человека.

Крушение французской монархии, которая послужила триггером социально-экономических и политических изменений на всем европейском континенте, несомненно, способствовало разрушению этой мифологии, на обломках которой возникла ее новая модификация. Как отмечал выдающийся английский политический деятель и мыслитель Э. Бёрк: «... все привлекательные иллюзии, которые делали власть великодушной, повинование добровольным, придавали гармонию разнообразным жизненным оттенкам, внушали чувства, украшающие и смягчающие частную жизнь, — все

они исчезли от непреодолимого света разума. Все покровы, украшающие жизнь были жестоко сорваны; навсегда были отброшены все возвышенные идеи, заимствованные из запасов нравственности, которые владели сердцами и были предназначены для сокрытия человеческих недостатков. Они были объявлены смешными, абсурдными и старомодными» [6. с.73].

Демократизация успешности и её атрибутов, свойственная новому европейскому порядку, отняла у аристократии привилегию на успех и расширила возможности для низов социальной пирамиды европейского общества быть приобщенными к тем стилям и тенденциям, которые были сакрализованы длительной историей европейского абсолютизма. Вновь обретшая власть европейская буржуазия почувствовала вкус к роскоши, эталоны которой они видели в версальском дворце. Имитация эстетики старого режима стала навязчивой идеей и европейской буржуазии, и нашла свое наибольшее воплощение в ремифологизации последнего, которая была успешно осуществлена с появлением качественно нового типа личности, который был наиболее полно и всесторонне воплощен Наполеоном Бонапартом. Среди исторических героев этот человек больше чем просто персонаж новоевропейской истории. Это поистине архетип нового типа героического в Европе и, одновременно, воплощение той эпохи гламура, в рамках которой последний стал общепризнанным индикатором респектабельности и успешности индивида в социальном состязании за лучшую долю.

Не будет большим преувеличением, если мы скажем, что именно Наполеон Бонапарт создал принципиально новую культурную ситуацию в Европе, которая превратила набор внешних эффектов и симулякров в истинный и желаемый результат. Наполеон воплотил величайшую мечту Европы со времен Александра, Цезаря и Марка Аврелия. Он не только стал императором, он стал архетипом успешности, человеком, который сумел преодолеть узкие рамки социально и экономически обусловленной ограниченности, выйти за пределы любой системы регламентаций, буквально «сделать себя сам», таким, что на выходе обретенный им образ превратился в миф и символ успешности *par excellence*. Это новый тип героического, который не связан с традицией, родословием, предками, который не консервативен по своей природе. Это демократический героизм, пленивший европейское сознание той демонстрацией беспрецедентно широких возможностей, которые оказались открыты для любого человека. В глазах своих современни-

ков и потомков это был беспрецедентный пример превращения человека «из ниоткуда» в повеителя европейского континента. Сын мелких корсиканских дворян Наполеон был тем человеком, который никогда не смог бы достичь успеха в условиях конформистского и традиционалистского подхода к человеку, характерного для старого режима королевской Франции и Европы. Начав свою карьеру с должности весьма незначительной, он достиг высочайших постов во Французской Республике, став сначала Первым Консулом, а затем и узурпировав власть в качестве французского Императора. Его беспрецедентно успешные военные походы и гений полководца сделали Наполеона Бонапарта героем Нового времени. Как верно заметил в своей работе «Герои, почитание героев и героическое в истории» шотландский писатель, философ и историк Томас Карлейль (1795–1881): «Французская революция нашла своего короля, не обладавшего никакими документами на королевское звание» [7. С. 283–284].

Это был новый по своей сути архетип исторического героизма. В глазах современников он оценивался как беспрецедентный и в высшей степени значимый пример успешности человека в открытом состязании за власть, по чести и славу. Отныне совершенно незначительные фигуры, не обладавшие родословием, статусом, сумели достичь высших постов, сформировав, таким образом, целую плеяду выдающихся политических деятелей, которые были объединены вокруг Наполеона и родственны ему по сути. Все его великие маршалы, его императорский двор, его собственная семья получили блестящие титулы и стали владетьными правителями европейских государств и княжеств, создав, по сути, образец новой европейской аристократии.

Наполеон был, пожалуй, первым политическим деятелем Европы Нового времени, который в полной мере оценил перспективы, открывавшиеся в связи с деконструкцией традиционных для старого континента сословно-классовых различий и барьеров. Динамика европейского общества, ставшая сущностной характеристикой нового этапа социокультурной эволюции континента, наличие социальных лифтов, обеспечивающих возможность быстрого продвижения вперед — все это в конечном итоге было той объективной основой, на которой возникла его империя.

Наполеон в полной мере оценил важность значения пропаганды и мифотворчества. Он был практически одним из первых, кто сознательно творил собственную мифологию. В своей книге «Герои, почитание героев и героическое в истории»

Т. Карлейль пишет об этом так: «Наполеон становится вероотступником. Он отказывается от своей прежней веры в действительность и начинает верить в призраки. Старается связать себя с австрийской династией, папством, отжившим фальшивым феодализмом, всем, что, как он некогда ясно видел, представляло ложь. Думает, что он должен основать свою собственную династию, одним словом, находит, что весь смысл чудовищной Французской революции заключается именно в этом! Таким образом, человек впал в страшную иллюзию, которую он должен был бы считать ложью; ужасное, но вполне достоверное дело. Он не умеет различить истинное от ложного, когда ему приходится иметь дело с тем и другим, — жесточайшее наказание, какое только постигает человека, что он позволяет неправде заполнить свое сердце. «Я» и ложное честолюбие становится теперь его богом». [7. С.288].

В этом смысле исторический героизм Наполеона как триумфатора и победителя — это искусственно созданный продукт, эклектичный по своему характеру, часть элементов которого была заимствована из старой аристократической традиции Франции, quintэссенцией которой стал версальский королевский двор Людовика XIV, частью из тех новых тенденций, появившихся в постфеодалный период европейской истории. Они были связаны с эмансипацией нравов, дехристианизацией и либерализацией общественного сознания не только во Франции, но и на континенте в целом. Наполеон свободно творил свою собственную новую эстетику, которая постоянно балансировала на грани откровенного китча, но, по-видимому, это его не смущало. Будучи «человеком ниоткуда», он вполне осознавал важность декорирования нового режима императорской Франции в старые, средневековые, феодальные одежды. При этом буржуа, выдвинувшиеся на первый план — все эти сыновья лавочников и мясников стали его маршалами и опорой его новой империи. Они в полной мере оценили этот пропагандистский гений своего повелителя и с удовольствием примеряли на себя титулы и звания европейской аристократии, которые были узурпированы ими, поскольку по своему происхождению они не могли претендовать на подобное.

Эпоха Нового времени была тем моментом в истории европейской истории, который заложил основы возникновения принципиально нового ее состояния, связанного с массовым производством и потреблением культурной продукции. Эта была эпоха широкого проникновения грамотности и эпоха торжества масс-медиа в прежде невиданных масштабах. Наполеон вполне оценил важность

пропагандистского обеспечения своей власти, поскольку воспринимался в качестве узурпатора и нуждался в легитимизации последней. Его сознательные усилия по конструированию собственного образа французского императора вылились в целую череду массовых мероприятий, которые граничили со священнодействиями.

Кульминацией этих действий стала его собственная коронация в 1804 году. Его титул Императора, как и титул Консула, имел больше отношение к Риму, чем к старому порядку. Это свидетельствовало само по себе, что новая мифология, создававшаяся Бонапартом, носила эклектический характер. Он никогда не стремился быть тщательным в отборе тех пропагандистских и идеологических средств, в обеспечение легитимности своего режима, которые были характерны для феодальной и аристократической Европы. «Помпезная церемония свидетельствовала о монарших амбициях и намерении использовать великолепие и роскошь для национальной цели» [2. С.30]. Вместе с тем, во многом это было «... эклектичное торжество, скорее театральное, чем историческое» [2. С.30].

Парадный портрет императора, написанный в 1806 году художником Жаном Огюстом Домеником Энгром дает нам представление о принципиально новой эстетике, которую вполне можно оценить как эстетику гламура. Эклектизм и свободная комбинация символов, частью почерпнутых из древнеримской традиции, частью из традиции феодально-аристократической Франции, лавровый венки на голове императора, те атрибуты власти, которые он применил для обозначения своего нового статуса и в целом архитектура этого, вновь обретенного выскочкой величия, все это, несомненно, было призвано оказать самое глубокое воздействие на общественное сознание Европы. Это был симулякр императорской власти в полной мере. Нарочитая демонстрация успешности, роскоши, величия и всемогущества при весьма условном характере образа того, кто был носителем всех этих атрибутов. Эта была манифестация успешности (*par excellence*), несколько крикливая и кичливая, но, тем не менее, вполне способная оказать глубокое воздействие на умы и сердца зрителей. В этом смысле парадный портрет императора Наполеона Бонапарта вполне вписывается в галерею гламурных образов, череда которых будет создана дизайнерами и художниками Европы на протяжении последующих столетий. Этот образ вкупе с образом императрицы Жозефины Богарнэ в коронационном платье 1808 года художника Франсуа Паскаля Симона Жирара вызовет целую волну подражания,

одним из ярких проявлений которых станет парадный портрет короля Великобритании Георга IV в коронационном платье (1822 год) художника Томаса Лоуренса, в значительной мере имитирующий гламурный канон Бонапарта.

«Мы все глядим в Наполеоны» — это хрестоматийная фраза характеризует состояние общественного сознания на европейском континенте в отношении к появлению принципиально нового типа новоевропейского героя. Несмотря на критику сторонников новоевропейского традиционализма, а также попытки унижить Бонапарта в связи с его безродным происхождением и сногшибательным восхождением к вершинам успеха, попытки, предпринимавшиеся на протяжении всего его правления в значительной мере успешные, если иметь в виду трагическую судьбу низвергнутого французского повелителя, его унижительное заключение на острове святой Елены. Тем не менее, влияние этого человека на умы и сердца европейской интеллектуальной элиты и самых широких слоев, тот импульс подражания, который он вызвал и поддерживал на протяжении десятилетий и который продолжает сохранять свое значение вплоть до сегодняшнего дня — все это в совокупности можно охарактеризовать как знамение времени, наступление новой эпохи. В этой эпохе успешность индивида, его социальный статус, открывавшиеся в связи с этим возможности, никоим образом не были обусловлены его происхождением, наличием традиции, укоризненностью в социальные структуры.

Свободная игра состояний и быстрая смена таковых, беспрецедентно высокие темпы исторического развития, постоянно менявшиеся тенденции и моды, идеи и образы, вереницы которых охватило сознание новой Европы — все это в той или иной мере было инициировано образом Наполеона Бонапарта. Недаром «властители дум» европейской интеллектуальной элиты, признанные авторитеты культуры нового Времени (а именно Вальтер Скотт и лорд Байрон) были весьма равнодушны к образу корсиканца и могут быть отнесены к числу тех, кто, так или иначе, черпал свое вдохновение в создании нового канона европейского романтизма из мифологии и трагической истории судьбы этого новоевропейского героя. И даже та дискуссия вокруг феномена Наполеона, которая развернулась уже при его жизни и продолжается до сегодняшнего дня (как в кругах историков, так и в кругах культурологов) свидетельствует о неизменном интересе к этой фигуре.

Критицизм в отношении Наполеона был значительным уже в эпоху Нового времени. Так, на-

пример, Томас Карлейль в своей знаменитой работе «Герои, культ героев и героическое в истории» / «*On Heroes, Hero Worship, and the Heroic in History*» (1841), посвященной героическому считал Наполеона не гением, а авантюристом. По его мнению, Бонапарт обладал харизмой и некоторыми свойствами героя, но его внешнее маневрирование, шарлатанские проделки процветали пока фатальный элемент шарлатанства не взял верх. Другие, и таких, пожалуй, было большинство увидели в Наполеоне великого мистификатора, своеобразного «Калиостро на троне» и даже загадку, демоническую фигуру, почти антихриста и сфинкса. В 1944 году в своей книге «Наполеон — легенда и действительность» (*Salvatorelli Luigi. «Leggenda e realtà di Napoleone»*) итальянский историк Луиджи Сальваторелли дал ему прозвище «незнакомец». «Загадка Наполеона, — пишет автор, — состоит в духовной пустоте. «Чистый активист», профессиональный герой пуст: в результатах его деятельности, за фасадом его жестов ничего нет»<sup>[8. С.119]</sup>. И, тем не менее, тот принцип гламурной самоорганизации, который становится критерием успешности в открытом состязании; героическое, в его наиболее очевидных, если не одиозных формах, граничащих с откровенной вульгарностью и китчем; эстетика великолепия, роскоши и власти, которую он создал на стыке взаимодействия различных мифологем в их свободной комбинаторике — все это не могло не пленять умы и сердца людей того времени и может быть по праву оценено как стартовый момент в истории гламура.

Образ Наполеона, его сознательные мистификации, направленные на создание и укрепление собственного мифа, оказали колоссальное воздействие на состояние общественного сознания Европы и той части европейской интеллектуальной элиты, которая создавала новую эстетику гламура. Ключевыми фигурами здесь, без сомнения, являлись британский писатель Вальтер Скотт и его соотечественник лорд Джордж Байрон. В разной мере, но оба эти литератора испытали колоссальное воздействие магнетизма наполеоновского мифа. Относясь по-разному к императору-корсиканцу, они, тем не менее, вольно или невольно послужили своеобразными проводниками по популярности и немало поспособствовали проникновению наполеоновского мифа в контекст возникавшей в Европе массовой культуры. Будучи представителями романтического направления английской литературы, они вполне соответствовали той тенденции интереса к появлению нового человека, которая занимала умы и сердца представителей английской словесности того времени и вдохновляло многих

на попытку осмыслить этот феномен. В частности, представители т.н. «озерной школы», английские поэты-романтики Уильям Вордсворт (1770–1850), Сэмюэл Тейлор Кольридж (1772–1834), Роберт Саути (1774–1843), равно как Скотт и Байрон, не прошли мимо колоссального воздействия фигуры Наполеона. Пытаясь эстетически осмыслить феномен этого типа героического и гламурного по своей сути явления, они сравнивали его и с Августом, и с Александром Великим и Юлием Цезарем и даже с Молохом, Моисеем, Чингиз-ханом и Вальсаром. Все эти сравнения не выдерживают, конечно, исторической критики, но, тем не менее, интересны с точки зрения постепенного формирования эстетики гламура, в центре которой находился Наполеон как воплощение нового человека, добившегося успеха, возникнув из ниоткуда.

Одна из главенствующих фигур в европейской литературе того времени, шотландец по происхождению — Вальтер Скотт (1771–1832). Он не был основателем такого жанра как исторический роман. Однако, именно благодаря романам Вальтера Скотта романтизированная, мифологизированная история прошлого, прежде всего Средневековья, вошла в контекст европейской литературы, чтобы остаться в ней навсегда. Именно В. Скотту принадлежит честь создания самого термина «гламур». Как указывают исследователи, происхождение этого термина, по-видимому, можно отнести к шотландскому слову «*glamer*», которое было преобразовано В. Скоттом, англоязычным и превращено в термин «гламур». Впервые термин «гламур» был употреблен В. Скоттом в «Песне последнего менестреля», которая была издана в 1805 году. Эта поэма в прозе повествует о всякого рода волшебных приключениях и превращениях, основанных по большей части на шотландской народной мифологии и фольклорной традиции, знатоком которой был В. Скотт. Эта история полна магии и колдовства, что также отражает настроение значительной части европейской публики того времени.

Успешность в том виде, в каком она манифестирована в образе Наполеона, возникшего из ниоткуда, не могла быть осмыслена иначе, как в терминах магического. Слишком внезапным было восхождение его звезды и столь же внезапным ее закат. Для европейской публики Нового времени, несмотря на торжество рационализма и сциентизма, несмотря на очевидное преобладание скепτικο-рационалистических подходов к осмыслению действительности, была, тем не менее, характерна та тенденция, которая вскоре выльется, в полной мере, в появление такого феномена как иррационализм.

В этом смысле успешность фигур, подобных Наполеону, равно как и сама установка на достижение быстрого результата и возможно более широкое его общественное признание — все это отсылало европейскую публику к тому типу восприятия реальности, который предполагал наличие некоторой спонтанности бытия. Само возвышение одиночек, их быстрое превращение в победителей в довольно жестком, бескомпромиссном и весьма интенсивном состязательном процессе, свойственном европейской культуре Нового времени, вряд ли могло быть осмыслено иначе, чем как проявление экстраординарной способности человека, чрезвычайно уникального и интересного свойства его природы. Оно предполагало для одних победу в соревновании, для других — проигрыш и погребение в небытие.

Быстрое возвышение немногих и блеск, слава, роскошь, величие, которое окружали их имена в эту эпоху, создававшую выдающихся гениев и титанов европейской культуры, целая плеяда которых представлена самыми блестящими именами в различных областях творчества, так или иначе, способствовало формированию такой установки европейского общественного сознания, которое приходило к выводу о некотором мистическом содержании успеха, мистической его подоплеке. Слишком трудно было оценивать возвышение этих малых и больших героев новоевропейской истории в терминах некоей закономерности, рациональности и предсказуемости бытия. Само социальное бытие того времени входило в турбулентное состояние, что было отмечено практически не прекращавшейся чередой войн на европейском континенте, а также различного рода революционных потрясений, которые охватили, практически, весь старый свет.

В этой связи интерес к мистико-магическому восприятию реальности, который всячески культивировался представителями европейского рационализма, был вполне объясним. В. Скотт скептически относился к Великой Французской революции 1789 года, но, тем не менее, не прошел мимо воздействия фигуры Наполеона и даже написал его биографию, лишь слегка неприязненную по отношению к главному герою, изданную в 1827 году. Французский император казался шотландскому писателю одновременно и загадкой-сфинксом, и провозвестником чего-то принципиально нового. Это был, одновременно, и тип средневекового рыцаря, и мистическая фигура, сродни Калиостро, и авантюрист самого низкого пошиба, не чуравшийся совершенно неприемлемых способов и методов достижения успеха. Но, прежде всего, это была

эклектическая фигура. Это была фигура, в которой форма, очевидным образом, господствовала над содержанием.

Сотканная из различных нарративов, мифологем и элементов разных эстетических канонов, эта фигура новоевропейского героя вдохновляла В. Скотта, равно как и многих других представителей европейской литературы того времени, поскольку обнаруживала самую суть гламура, заключающуюся, с одной стороны, в культивировании имитации, успешности, процветании, роскоши, великолепии, с другой стороны — в попытке вызвать зависть к вновь обретенному статусу. Пожалуй, именно в оптике английских писателей-романтиков, эта возникавшая вновь довольно непривычная для европейцев установка на внешне эффектное проявление собственной значимости, связанное с коммерциализацией и популяризацией успеха, его тиражирования в масс-медиа, может быть оценена как ключевой компонент, возникавшей эстетики и философии гламура.

Если попытаться выразить его суть в том виде, в каком она неявно может быть или косвенно, но тем не менее была уловима для представителей новоевропейской культуры и позднее актуализирована в контексте массовой культуры, то, вероятно, можно говорить о том, что квинтэссенция гламура — это создание собственного симулякра и набора образов, призванных создать визуальный эффект успешности, при фактически полном отсутствии содержательного компонента того субстрата человеческой личности, который выступает носителем и катализатором создания этих симулякров. Гламур становится свободной игрой образов, подобием венецианского карнавала, чередой масок, каждая из которых призвана утвердить в общественном сознании ту или иную черту или особенность героя, которую он считает наиболее значимой для себя и которая коррелируется с ожиданиями толпы. Набор этих черт предсказуем и мало оригинален: богатство, роскошь, молодость, здоровье, власть, величие и сексуальность. Вот, пожалуй, тот довольно банальный перечень характеристик или черт экзистенциально-психологических установок и эстетических особенностей, совокупность которых фокусируется вокруг образа гламурного героя.

Если иметь в виду воздействие литературы на общественное сознание Нового времени и, прежде всего, то обстоятельство, что повсеместно распространявшаяся грамотность, а также появление все новых и новых печатных изданий, наращивание книжных тиражей, что в совокупности может быть

оценено как объективная основа возникновения массовой культуры, то тогда становится понятно, почему было так легко популяризировать образ гламурного героя, почему так быстро он вошел в моду, приобрел популярность и стал одной из доминантных характеристик европейской культуры Нового, а затем и Новейшего времени. Таким образом, имитация и компиляция стали основными приемами в творчестве В. Скотта по созданию основ новой эстетики гламура. Он романтизировал, почерпнутые из средневековых шотландских историй образы героев, совокупность которых доставляла читающей европейской публике XIX века возможность соприкоснуться с принципиально новым эталоном — предметом подражания и, одновременно, источником интузиастического восторга, который, по сути своей, коррелировал с фигурой Наполеона. Это был образ романтического героя, рыцаря-одиночки, часто весьма сомнительного и таинственного происхождения, которому, казалось, все по плечу.

В отличие от В. Скотта другой великий британец того времени лорд Джордж Байрон (1788–1824) в самой своей биографии на протяжении своего жизненного пути пытался конструировать образ героя, превратив тем самым гламур из некой неявной еще интуиции в общественно-значимую установку. Байрон был открытым и довольно пылким почитателем Наполеона, сравнивал себя с ним и восторгался фигурой французского императора. Это, в общем и целом, отвечало отмеченной выше нами тенденцией. Его жизненный путь, полный приключений, странствий, сомнительных любовных историй отличался непредсказуемостью и, будучи популяризирован самим Байроном, становился объектом для подражания и восхищения.

Байрон черпал свое вдохновение из восточных историй, странствий и путешествий. Образ Востока казался тогда многим в Европе особенно привлекательным, завораживающим и в силу нарочитой роскоши, богатства и в силу того, что на Востоке царила мистическая, авантюрная по своей природе жизнь, не скованная свойственным протестантской европейской культуре морально-нравственными ограничениями. Восток пленял как волшебная страна. Он был все еще в нове и в эпоху строительства великих колониальных империй открывал поистине фантастические перспективы быстрого обогащения, достижения колоссального успеха и признания в жесткой состязательной борьбе. Не секрет, что многие представители английского среднего класса, даже аристократии, будучи посланы на Восток

в качестве колониальных чиновников, возвращались оттуда сказочно богатыми, и это производило впечатление. В этом смысле образ Востока, который Байрон сделал частью своей поэтики, открывал значительные перспективы в постепенном утверждении того канона гламурной жизни, который станет достоянием европейской культуры и общественного сознания не только в Новое, но и в Новейшее время. Не секрет, что и сам Наполеон был пленен Востоком во время посещения Египта и находился под глубоким впечатлением от его таинственности и роскоши.

Лорд Байрон был одним из первооткрывателей той набиравшей силу в европейской культуре и общественном сознании установки, которая в конечном итоге станет главенствующей в феномене гламура. Кажимость, постоянная игра, внешний эффект, эпатаж, образ — вот, что является главным в маркировке индивида как успешной личности в жесткой конкурентной борьбе, в которую он вовлечен. Если иметь в виду эту установку, то тогда становится понятно, почему многие последователи Байрона, как и представители позднейших этапов в развитии европейской (западной) культуры сделали нарочитое культивирование имиджа — главенствующим индикатором успешности. Никого не интересовала сущность, внутренняя глубина и содержательный аспект человеческой личности и поведения. Внешняя эффективность, броскость и привлекательность — вот что вышло на первый план и с течением времени стало основным критерием дифференциации победителей и проигравших. «Герои Байрона и герои Скотта очень отличались друг от друга, и это отражало разницу в ценностях писателей. Многие из героев Скотта были кроткими и честными (Роб Рой — исключение), а байроновские — неотразимыми и непрогримаемыми. Неоднозначные — как и Наполеон, по мнению Кольриджа и Вордсворта, — байроновские персонажи не являли собой образчики нравственности, а служили завораживающими ловушками читательских фантазий» [2. С.42].

В ситуации, когда коммерциализация проникала во все структуры общества, индивид испытывал цейтнот в постоянно ужесточавшейся конкуренции с себе подобными, гламур превращался в весьма эффективную и инструментальную по своей природе возможность быстрого возвышения и создания имиджа успешности. Этим и объясняется тот масштаб, который феномен гламура как один из модусов состязательности с течением времени приобрел в контексте возникавшей массовой культуры.

**БИБЛИОГРАФИЯ**

1. Иванов Д. В. Глэм-капитализм (Мир брендов, трендов и трэша).— СПб.: «Страта», 2015.— 138 с.
2. Гандал С. Гламур / С. Гандал // пер. с англ. под ред. А. Красниковой.— М.: Новое литературное обозрение, 2011.— 384 с.
3. Секацкий А. К. Гламурная цивилизация и ее авангард // *Философские науки*, 2010.— № 10.— С.20–29.
4. Уальд О. Портрет Дориана Грея / О. Уальд // пер. с англ. М. Абкиной.— М.: Азбука-Аттикус, Азбука, 2015.— 352 с.
5. Перро Ф. Роскошь: Богатство между пышностью и комфортом в XVIII–XIX веках / Ф. Перро // пер. с фр. А. Н. Смирновой.— СПб.: Издательство Ивана Лимбаха, 2014.— 288 с.
6. Бёрк Э. Размышления о революции во Франции / пер. с англ. Е. И. Гель-фанд.— М.: «Рудомино», 1993.— 144 с.
7. Карлейль Т. Герои, почитание героев и героическое в истории. / Т. Карлейль. Герои, почитание героев и героическое в истории // пер. с англ. В. Яковенко.— М., 2012.— С. 5–312.
8. Salvatorelli L. *Leggenda e realtà di Napoleone*.— VTET libreria, 2007.— 149 p.

**REFERENCES (TRANSLITERATED)**

1. Ivanov D. V. *Glem-kapitalizm (Mir brendov, trendov i tresha)*.— SPb.: 'Strata', 2015.— 138 s.
2. Gandl S. *Glamur / S. Gandl* // per. s angl. pod red. A. Krasnikovoi.— M.: Novoe literaturnoe obozrenie, 2011.— 384 s.
3. Sekatskii A. K. *Glamurnaya tsivilizatsiya i ee avangard* // *Filosofskie nau-ki*, 2010.— № 10.— S.20–29.
4. Ual'd O. *Portret Doriana Greya / O. Ual'd* // per s angl. M. Abkinoi.— M.: Azbuka-Attikus, Azbuka, 2015.— 352 s.
5. Perro F. *Roskosh': Bogatstvo mezhd u pyshnost'yu i komfortom v XVIII–XIX vekakh / F. Perro* // per. s fr. A. N. Smirnovoi.— SPb.: Izdatel'stvo Ivana Limbakha, 2014.— 288 s.
6. Berk E. *Razmyshleniya o revolyutsii vo Frantsii / per s angl. E. I. Gel'-fand*.— M.: 'Rudomino', 1993.— 144 s.
7. Karleil' T. *Geroi, pochitanie geroev i geroicheskoe v istorii. / T. Kar-leil'. Geroi, pochitanie geroev i geroicheskoe v istorii* // per. s angl. V. Yakovenko.— M., 2012.— S. 5–312.
8. Salvatorelli L. *Leggenda e realtà di Napoleone*.— VTET libreria, 2007.— 149 p.