

“ГЛЯНЦЕВЫЙ” МЛАДЕНЕЦ

© 2016

Т.О. Новикова

Рецепция смыслов в современной культуре — это, как правило, визуальный акт маркировки и усвоения означаемого культурного контекста. Взгляд оказывается в плену готовых массово продуцируемых образов [1]. Особое место в данном процессе визуального восприятия себя и мира принадлежит глянцевым журналам, которые “начали выполнять нормообразующую функцию в обыденном общественном сознании, все больше превращаясь в источник нового культурогенеза” [2]. Необходимость принять новую социальную роль, закрепиться в новом социокультурном пространстве и преодолеть возникающие при этом проблемы выступает мотивом обращения к дискурсу глянцевого журнала [3]. Последний, таким образом, становится тем средством, с помощью которого осуществляется формирование идеальных представлений и соотнесение их с наличным опытом.

Специфика глянцевого журнала такова, что в нем сосуществуют как минимум два смыслообразующих плана — текст и изображения. Публикуемые в подобном журнале изображения, будучи свободными от требований оригинала, отличного от них самих, фиксируют “инварианты оптического строя”. Более того, эти изображе-

ния “воспроизводят себя, чтобы выдать за единственный оригинал”. Отсюда мир фотографии регулируется лишь критериями того, кто воспринимает объект [6]. Поэтому изображения в глянцево-м журнале создаются такими, какими они желанны взгляду другого.

В пространстве глянцево-м журналов для родителей конструируется образ социально желаемого родительства, модель взаимодействия и взаимоотношения в системе, где возникает новое важнейшее действующее лицо — “мой ребенок” (ситуация предполагает появление новой жизни, встречу и открытие для себя настоящего Другого — “моего ребенка”, а также обновление и открытие новизны в тех, кто рождает младенца, — в родителях). Кроме того, образ младенца сразу же вписывается в культуральный контекст ролевых функций в семье [8]. Вместе с младенчеством и через него формируется понимание того, что есть материнство/отцовство, каким образом культурно закрепляется и осмысливается опыт родительства.

Адресованные молодым родителям и предполагающие совершенствование родительских практик, гляцевые журналы задают образ самого ребенка, конструируют представления о “желае-



**ЛИЦО
ЧЕЛОВЕЧЕСКОЕ**



**Новикова
Татьяна
Олеговна** —

кандидат философских наук, доцент кафедры общей и прикладной психологии с курсом междисциплинарных Санкт-Петербургского государственного педиатрического медицинского университета Минздрава России. В журнале “Человек” опубликовала статью “Запретная тема (представления детей о смерти)” (2002. № 5), а также рецензию на книгу Кагана М.С. «Се человек... Жизнь, смерть и бессмертие в “волшебном зеркале” изобразительного искусства» (2004. № 4). E-mail: tatolnov@gmail.com

137



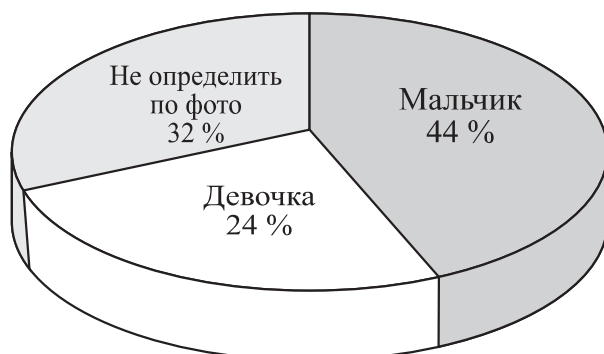
Статью иллюстрируют фотографии младенцев из журналов “Лиза. Мой ребенок” за 2014 год

* См.: Официальный сайт компании “TNS”. URL: <http://www.tns-global.ru> (дата обращения: 02.02.2016).

Рис. 1. Отражение половой принадлежности младенца на фотографиях глянцевого журналов

мом”/“желательном” младенце. Контент-анализ фотографических изображений дает возможность выявить соответствующие типаж.

В данной связи обратимся к анализу материалов, помещенных в журналах “Лиза. Мой ребенок” (были исследованы 1173 фотографий младенцев). В качестве критериев отбора издания рассматривались такие факторы, как целевая аудитория (молодые родители) и рейтинг популярности среди российских читателей. Последний определялся на основе данных “TNS”* — компании, выступающей экспертом на международном уровне в таких исследовательских областях, как измерение аудитории СМИ, мониторинг рекламы и СМИ, изучение общественного мнения, исследование бренд- и маркетинговых коммуникаций.



Предметом исследования стали следующие кодифицирующие категории:

внешний облик младенца (пол, возраст, раса, наличие одежды);

социальное окружение, обстановка, местонахождение (социальный и бытовой контексты бытия младенца, его топографическое положение в пространстве);

ведущая деятельность, жизненная ситуация (“глянцевые” представления о деятельности аспекте жизни младенца, то есть о том, какие жизненные ситуации оказываются наиболее востребованными и “желанными”);

эмоциональный мир младенчества (собственно младенческие эмоции и эмоции социального окружения).

Частотный анализ фиксируемых признаков в рамках перечисленных категорий позволил представить выстраиваемый глянцевыми журналами образ младенца. Касательно особенностей его внешнего облика прежде всего следует отметить, что мальчики становятся героями фотографий примерно в два раза чаще, чем девочки (см. рис. 1). Более того, даже в тех случаях, когда точно невозможно определить пол сфотографированного младенца, речь скорее идет об отсутствии признаков, указывающих на принадлежность к женскому полу. Таким образом, здесь можно говорить о социокультурной избирательности полов. Более желанным оказывается младенец мужского пола. Это выражение традиционных культурных стереотипов, согласно которым мальчик — наследник, будущий мужчина, носитель разума, власти и т.д.

Большой процент фотографий без четкого указания половой принадлежности их героя есть свидетельство “бесполости” младенчества, восприятия его вне гендерных различий, а также выражение свойственного современной куль-

туре стремления к политкорректности и толерантности в отношении пола.

Важной детерминантой становится и возраст младенца. Несмотря на свою непродолжительность относительно всей человеческой жизни младенчество является временем чрезвычайно сильных и интенсивных изменений. Поэтому очевидно, что новорожденный и младенец в возрасте шести месяцев — это совершенно разные дети, обладающие разными возможностями и по-разному взаимодействующие с окружающей действительностью. Существует несколько подходов к определению возрастных рамок младенчества [5]. Как правило, в возрастных периодизациях данный этап охватывает отрезок жизни человека от его рождения и до достижения им года. Однако имеются описания, согласно которым верхняя граница младенчества маркируется полутора годами или даже двумя. Связано это прежде всего с тем, что возраст “два года” или “год” — дата весьма условная и определяется она скорее не биологически, а культурно.

Для западноевропейского сознания очень важно, чтобы жизненные этапы строго соотносились с некими абсолютными временными вехами, нежели определялись какими-то персональными достижениями. Культурному сознанию вне западноевропейской традиции присущ контекстуальный подход к определению возраста человека. Поэтому окончание младенчества здесь связывается с приобретением определенных навыков и умений (как правило, таких, как ходьба и речь), а это означает, что продолжительность младенчества может быть разной и очень индивидуальной [7]. Но даже когда в качестве предела младенчества выступает определенный абсолютный возраст, последний может быть по-разному осмыслен исторически и кросс-культурно. По указанной



причине в рамках настоящего исследования интересно то, какой возраст ассоциируется в глянце-вом журнале с младенчеством.

Как позволяет заключить анализ гляцевых фотографий, в большинстве случаев на снимках представлены младенцы старше полугода. Этому факту может быть несколько объяснений. Самыми очевидными, на наш взгляд, являются следующие:

- Фотография есть запечатление реальности, следовательно для создания фотографического образа необходимы реальные фигуры младенцев. Однако чем младше ребенок, тем в большей степени родители ограждают его от излишних контактов. По мере взросления ребенок начинает все чаще “выходить в свет” и потому может стать моделью для фотосъемки.

- Чем старше становится ребенок, тем в большей степени он способен проявлять различные эмоции, тем чаще он оказывается субъектом общения. Изображая младенцев в возрасте старше шести месяцев, гляцевые журналы сообщают молодым родителям примерно следующее: “Младенец совсем не страшен, он очень эмоционален и с ним можно зани-



ЛИЦО ЧЕЛОВЕЧЕСКОЕ



маться разными видами деятельности". Кроме того, чем старше младенец, тем в менее скрупулезной заботе со стороны взрослых он нуждается. Отсюда возникает бессознательный посыл к тому, что если жизнь молодых родителей и изменится с появлением в их семье младенца, то вызванные данным появлением возможные неудобства кратковременны и преходящи.

К числу особенностей внешнего облика "глянцевого" младенца относится и то, что в большинстве случаев это дети европеоидной расы. Из всего числа проанализированных фотографий только на одной (репортажный снимок о визите кинозвезды в больницу в Африке) были изображены младенцы негроидной расы. Младенцы монголоидной расы встречались также крайне редко (преимущественно это рекламные фотографии, касающиеся японских и корейских товаров для ухода за детьми). Данный факт неудивителен, поскольку журнал отражает существующие социокультурные реалии и нормативы и ориентирован на определенного читателя. (В этой

связи было бы интересно провести сравнительный анализ фотографических образов гляцевых журналов азиатских и европейских стран с целью выявления независимых характеристик визуального образа младенца и тех, что обусловлены культурными и национальными особенностями.)

Еще одна особенность запечатления внешности младенца заключается в том, что больше чем на половине фотографий дети полностью одеты. Как правило, героем фото становится "подросший" младенец, образ жизни которого подразумевает значительную двигательную и социальную активность. Наличие одежды — дань требованиям социума. Кроме того, одежда есть определенный знак, в котором кодируется понимание роли и места ребенка в социуме. Она семиотически маркирует "детское" и "взрослое", разделяя эти миры и задавая определенные социокультурные стандарты [4]. Однако даже поверхностное рассмотрение фотографий гляцевых журналов констатирует отражение наблюдаемого в современной культуре смешения "детского" и "взрослого"; детская одежда все больше становится уменьшенной копией взрослой — и в этом смысле детство исчезает.

Анализ включенности представленных на снимках детей в социокультурный контекст приводит к выводу: "гляцевые" младенцы оказываются вынесены за рамки контекстуальности. Они как будто существуют сами по себе, вне пространства и социального окружения (рис. 2 и 3). Так, например, в половине случаев младенец запечатлен на фотографии один, вне места действия или же на сильно размытом и трудно угадываемом фоне. Если же и имеется указание на некое пространство, то это в основном домашняя обстановка. Из присутствующих на фотографиях "других" — как правило, мама младенца.

Складывается впечатление, что гляцевые журналы транслируют одновременно две идеи относительно роли и места младенца в культуре. Одна из них — передача традиционных культурных стереотипов, когда ребенок принадлежит дому и забота о нем возлагается на плечи матери, жизнь которой с момента рождения ребенка целиком посвящена ему. Высокая социальная активность молодой матери, ее участие в тех или иных событиях вместе с младенцем не приветствуются, а потому не попадают в кадр.

Другая транслируемая идея связана со своеобразной идеализацией младенчества. Такое бесплотное, исключенное из контекста младенчество не имеет ничего общего с младенчеством реальным, но подобный образ для гляцевых журналов очень важен, поскольку, с одной стороны, указывает на необходимость иметь детей в условиях современной жизни, а с другой — придает уверенность молодым амбициозным женщинам в том, что подобный “ангел” может иметь место в их жизни — более того, его даже не надо будет вписывать в нее. Об этом свидетельствует и то, в каком положении младенец запечатлен на фотографии (см. рис. 4). Представленные позы достаточно статичны: ребенок либо лежит (32%), либо сидит (26%), либо находится на руках у взрослого (25%). Младенец изображается, словно живая кукла, которая украшает жизнь, доставляет положительные эмоции, но при этом не вносит кардинальных изменений в повседневное бытие семьи.

Та же особенность проявляется и при анализе категории, связанной с осмыслением типичной жизненной ситуации и характеристикой ведущей деятельности, в которой принимает участие младенец (рис. 5). Примерно четверть всех фотографий не содержат указания на какую-либо жизненную ситуацию. Дети на фотогра-



Т. Новикова
“Глянцевый”
младенец

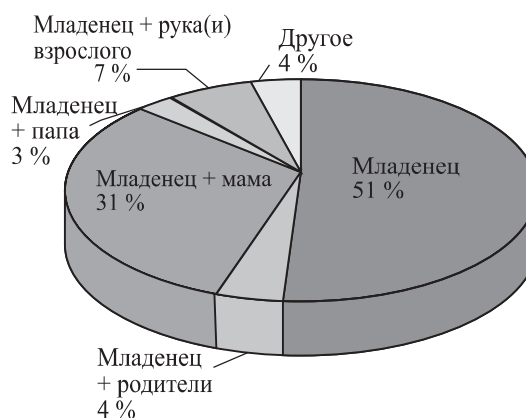


Рис. 2. Социальное окружение младенца на фотографиях (герои фотографии)

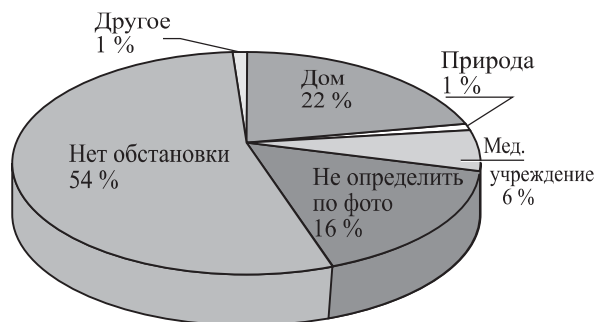


Рис. 3. Окружающая младенца обстановка (место действия), представленная на фотографиях

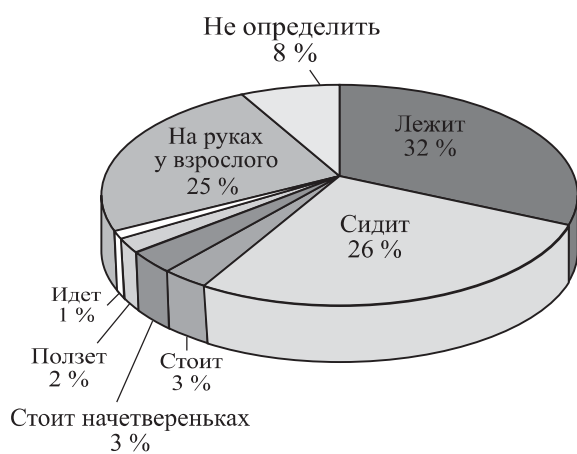


Рис. 4. Поза младенца на фотографиях

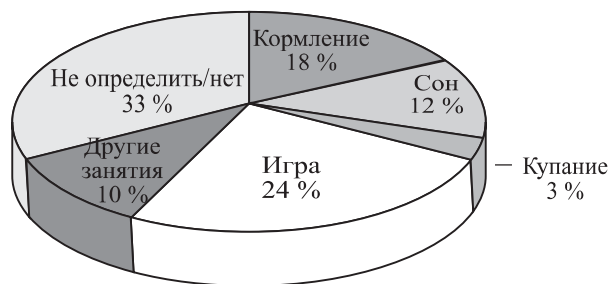


Рис. 5. Отраженная на фотографиях типичная жизненная ситуация, в которой может оказаться младенец

фиях бездействуют. Это те самые идеальные ангелы-куклы.

Однако в случаях, когда на фотографиях указание на деятельность все же присутствует, речь, как правило, идет о типичных формах жизненной активности младенца. В рамках данной категории традиционные представления о роли и месте младенчества проявляются в превазировании на фотографиях тех жизненных ситуаций, что олицетворяют собой удовлетворение витальных потребностей ребенка. Одним из частых сюжетов, фиксируемых на фотографиях глянцевого журнала, является кормление (18% от общего числа фотографий), при этом примерно треть случаев представляет собой корм-

ление грудью. Младенец у материнской груди — это сама суть выражения отношений между матерью и ребенком, не только символ удовлетворения голода, но и особый протодиалог, устанавливающий базисное доверие ребенка к миру, ощущение себя в безопасности. Более того, это вполне архетипический сюжет, порождающий у читателя определенные устойчивые ассоциативные связи.

Примечательно, что неприглядные стороны младенческой жизни не попадают в объектив фотокамеры. Так, например, ситуация, когда малыш сидит на горшке, становится сюжетной основой лишь на трех фотографиях из 1173 проанализированных. Дети — все равно что ангелы, им несвойственно ничего темного, грязного, низкого.

Самый распространенный сюжет, превалирующий даже над кормлением, — играющие дети (24% всех фотографий). Игра и детство выступают синонимичными понятиями уже на уровне обыденного сознания. Следуя известной формулировке Д.Б. Эльконина, игра воспринимается не иначе как способ существования ребенка. Однако любопытен не столько сам факт широкого распространения данного сюжета на фотографиях глянцевого журнала, сколько само понимание игры. Из всех возможных ситуаций, связанных с игрой, наиболее часто встречаются те, где героем становится либо сам младенец, играющий с игрушкой (34%), либо он и его мама (32%). Таким образом, опять явлены две обозначенные выше смысловые линии: либо младенец существует сам по себе, вне социального пространства, а потому своим существованием никак не нарушает сложившийся порядок вещей и не вносит в него никаких изменений, либо мир младенчества — это диадные отношения с матерью, которая одна ответственна за все стороны су-



ществования ребенка, с нее начинается и на ней замыкается данный мир.

Визуальный образ младенца складывается не только из его внешнего облика и специфики вписанности в жизненное пространство. Немалую роль здесь играют ассоциации младенца с определенным спектром переживаемых им эмоций. Под эмоциональным миром младенчества, как уже говорилось, мы подразумеваем не

только эмоции, переживаемые самим малышом, но и те, которые проявляют в его присутствии окружающие. Сопоставление этих двух аспектов эмоционального мира младенчества позволяет выстроить целостную картину восприятия и переживания “глянцевого” образа младенца.

На гистограмме (рис. 6) два ряда данных отражают специфику спектра и частоту проявления эмоций младенцами и взрослыми. Представленные результаты наглядно демонстрируют разницу между эмоциями самих детей и эмоциями взрослых в присутствии младенцев. Рядом с младенцем взрослые не проявляют негативных эмоций: дети — это безусловная радость, которая не может / не должна быть омрачена ничем грустным и злым. Сами же младенцы демонстрируют на глянцевых фотографиях достаточно широкий спектр эмоций, который не ограничивается только лишь положительными. Дети в пространстве глянцевого журнала могут злиться, кричать, бояться, возмущаться. Ребенку зачастую в проявлении эмоций прощается то, что социально порицаемо в отношении взрослых. Чем младше ребенок, тем больше ему дозволено. Однако несмотря на богатство эмоцио-

Т. Новикова
“Глянцевый”
младенец

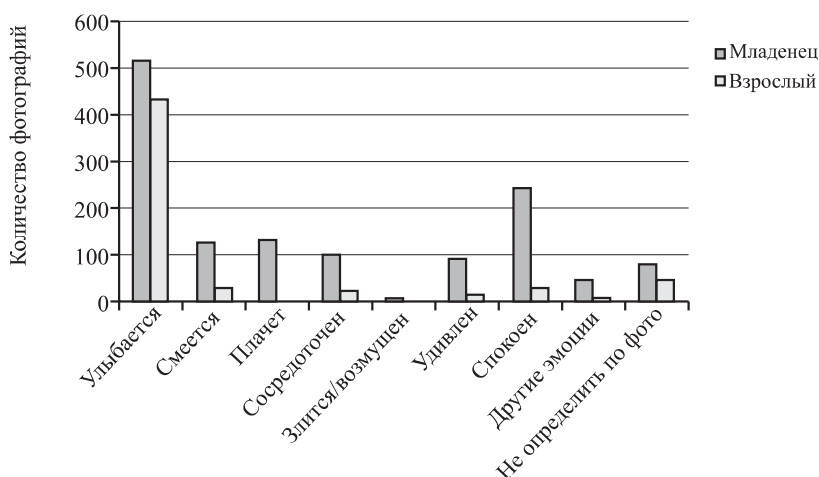


Рис. 6
Эмоциональный
мир младенчества



ЛИЦО ЧЕЛОВЕЧЕСКОЕ



нального мира младенцы на фотографиях все же чаще всего улыбаются или смеются, тем самым поддерживая определенный “глянцевый” миф о безмятежном и радостном детстве.

Резюмируя предпринятый анализ визуального образа младенца, транслируемого посредством фотографий в журналах для родителей, можно заключить, что “глянцевый” младенец выступает в них как некий идеал, лишенный какой бы то ни было индивидуальности, не включенный в какой-либо контекст, существующий параллельно социальной реальности, но сулящий безусловную радость и счастье.

Литература

1. *Гурьева М.М.* Повседневная фотография в современном культурном контексте: автореф. дис. ... канд. филос. наук: по спец. 24.00.01 – Теория и история культуры. СПб: СПбГУ, 2009. С. 16.
2. *Гут В.В.* Феноменологический анализ “глянцевого эффекта” // Вестн. Тюмен. гос. ун-та. 2008. № 5. С. 180.
3. *Костяшина Е.А.* Экспликация ценностной картины мира в коммуникативной модели “автор — адресат” (на материале глянцевых журналов) // Вестн. Томск. гос. ун-та. Сер. Культурология и искусствоведение. 2012. № 4 (8). С. 24.
4. *Ляшок А.С.* Семиотика детской повседневности // Теория и практика общественного развития. 2010. № 3. С. 119.
5. *Узнадзе Д.Н.* Периодизация детского возраста // Культурно-историческая психология. 2013. № 3. С. 121–124.
6. *Хорошилов А.А.* Фотография и визуальное восприятие // Вестн. Адыгей. гос. ун-та. Сер. 1: Регионоведение: философия, история, юриспруденция, политология, культурология. 2015. № 1 (156). С. 39–40.
7. *Gottlib A.* Where Have All the Babies Gone? Toward an Anthropology of Infants (and Their Caretakers) // *Anthropological Quarterly*. 2000. Vol. 73, No 3. P. 121–132.
8. *Sunderland J.* ‘Parenting’ or ‘mothering’? The case of modern childcare magazines // *Discourse & Society*. 2006. Vol. 17, No 4. P. 504.