

С.А. Арасланова

ОБРАЗ МУЖЧИНЫ
В ЗЕРКАЛЕ МЕТАФОР
(НА МАТЕРИАЛЕ ПОРТРЕТНЫХ ОЧЕРКОВ
РУССКОЯЗЫЧНОЙ ВЕРСИИ ЖУРНАЛА “VOGUE”)

На основании исследования тематических групп метафор автор статьи дает характеристику образа современного мужчины, который транслируется в медиапространство глянцевым изданием. Материалом исследования стали портретные очерки “Vogue” – всемирно известного журнала о моде и стиле жизни.

Ключевые слова: метафора, портретный очерк, глянцевая пресса, журнал “Vogue”, образ мужчины.

Глянцевый журнал “Vogue” – в отличие от мужского глянца (“GQ”, “FHM”, “Maxim”) и женского (“Cosmopolitan”, “Elle” и “Glamour”) – позиционируется как журнал о моде и стиле жизни¹, что предполагает наличие в составе читательской аудитории не только женщин, но и мужчин². Помимо обзоров недель моды и новых коллекций, в свои лучшие годы русский “Vogue” выпускал аналитические статьи о моде и культуре, а также серьезные интервью с представителями мира моды, культуры и искусства. Однако после прихода нового главного редактора в конце 2010 г. несколько изменился и вектор развития журнала: аналитическая составляющая уступила место портретным очеркам об успешных и популярных людях.

Поскольку “Vogue” – журнал «имиджевый», героями портретных очерков становятся как женщины, так и мужчины: интеллектуальную элиту общества представить без них нельзя. Мужчина, чья личность способна заинтересовать “Vogue”, обладает определенным статусом, к которому стремится и читатель. Чтобы объяснить, каким ценностям служит их герой, журналисты “Vogue” обращаются к жанру портретного очерка. Публицистический образ, который транслируется читателю, создается множеством выразительных средств. Метафора является одним из самых распростра-

ненных – основанная на переносе наименования по сходству, она может передавать и личную авторскую оценку, и образное восприятие реалий современного мира.

Чтобы подробнее рассмотреть, как идеи, воплощенные в метафорическом образе, реализуются в тексте портретного очерка и создают характеристику персонажа, мы изучили тематические группы метафор, представленных в текстах журнала “Vogue”. Каждой группе соответствует своя идея: тематической группе «Война» – идея битвы, борьбы; тематической группе «Религия» – идея обожествления, тематической группе «Власть» – идея властвования и так далее³.

Для данного исследования из «мужских» портретных очерков методом сплошной выборки было отобрано около 150 образных⁴ метафор. С помощью объединения метафор в тематические группы, обратившись к семантическому и частотному анализу, мы установили, какие черты образа мужчины являются самыми важными для авторов журнала. В статье описаны наиболее значимые для формирования образа главного героя очерка тематические группы метафор. Охарактеризовать все тематические группы, обнаруженные в портретных очерках, в рамках одной статьи не представлялось возможным.

Самой многочисленной тематической группой метафор (далее ТГМ), используемой при создании образа мужчины, стала группа «Война» (5,5 %)⁵. В глазах мужчины, чей образ формируется журналом “Vogue”, мир предстает театром военных действий.

Так, признание «мальчика из американской глубинки» Дэвида Холберга – будущего известного танцора – в любви к балету *ранит* его семью. Позже ему приходится «*биться* за каждый сантиметр карьеры». В заголовок очерка об актере Максиме Матвееве вынесена фонетическая аллюзия на фильм режиссера Тима Бертона «Марс атакует» – «Макс *атакует*».

Однако чаще речь идет не об атаке, а об обороне. Дэвид Холберг, по словам журналиста, «выставляет *щит*»⁶, защищаясь от назойливых вопросов-стрел интервьюера. Аналогичная ситуация складывается у героев двух других портретных очерков, актеров Максима Матвеева и Сергея Безрукова: журналист «бессилен пробить *броню* мужчины, прекрасного во всех отношениях», «безруковскую *броню*, кажется, ничто не в силах пробить». Актеры закрываются от внешнего мира, и добраться до настоящего, живого человека оказывается чрезвычайно сложно.

С неожиданной стороны открывается образ мужчины и при рассмотрении ТГМ «Религия» (4,8 %). Героя можно назвать *фанатиком* своего дела (в случае с Сергеем Безруковым – актерского

искусства). Окруженная другими характеристиками актера («аскет, мизантроп, берегущий себя для искусства»), эта метафора в полной мере раскрывает перед читателем его образ. Театральный режиссер-постановщик Миндаугас Карбаускис «сам себя сослал в информационный *монастырь*». Мужчина “Vogue” предстает перед читателем закрытым, немного экзальтированным человеком, который скрывается от реального мира, охраняя свой талант и лелея собственное творчество.

Очевидно, что в характеристике мужчин в журнале “Vogue” нельзя было обойтись без ТГМ «Власть» (2,8 %). Так, оперный певец Дмитрий Хворостовский *царит* на сцене, и солнцезащитные очки не просто заканчивают, но *венчают* его образ, словно корона. Дизайнер Альбер Эльбаз является *властителем* умов людей из мира моды.

ТГМ «Экономика. Деньги» (2,8 %) показывает отношение и творческих людей к публике, и общества к творческим людям. Нью-йоркский театр, где работает Дэвид Холберг, назван автором *копилкой звезд* и сравнивается с футбольным клубом. На поклонниках можно *скопить* зрительский *капитал*», чтобы потом стать большим драматическим артистом и, как актер Сергей Безруков, не *растрачивать* себя на бессмысленные удовольствия.

Согласно тематической группе «Развлечения» (4,1 %), актер Сергей Безруков – *шут* и *лицедей*, который *жонглирует* образами-памятниками. Шут – это тот, кто кривляется и балагурит на потеху другим⁷, лицедей же – не только актер, артист в прямом значении, но и притворщик – в переносном⁸, *жонглировать* – ловко, но произвольно обращаться с фактами или словами⁹. Создается впечатление, что эти метафоры призваны не подчеркнуть основательность творческого ремесла, а показать изменчивость и непостоянство служителей культуры и искусства.

Крайне важны для создания образа мужчины метафоры ТГМ «Некомфортное состояние» (7,6 %). Миндаугас Карбаускис *застывает* у кулис с напряженной улыбкой, словно ожидая подвоха. Танцор Дэвид Холберг, достигнув больших успехов в карьере, в разговоре все равно остается *зжат*, он «оглушительно» *захлопывается*, когда автор задает ему неудобные вопросы. Актер Олег Меньшиков *взваливает* на себя *время*, обременяет себя ответственностью, в то время как судьба *выкручивает* его, словно влажное белье после стирки. Сдержанные, закрытые, напряженные, мужчины “Vogue” не позволяют себе откровенно проявлять эмоции.

Показательны метафоры ТГМ «Работа, ремесло и профессия. Сельское хозяйство» (4,1 %). Танцор Дэвид Холберг принадлежит

к «школе, которая *культивируется* столетиями», а режиссер-постановщик Миндаугас Карбаускис «*прививает* Москве любовь к настоящему искусству» – и это наводит на мысль, что в одной из культурных столиц мира не имеют ни представления о том, что такое настоящее искусство, ни желания это узнать. Но роль Миндаугаса Карбаускиса весьма похвальна: он оказывается «садовником», который может вырастить в людях любовь к искусству.

Одна из метафор тематической группы «Температура» (1,4 %) помогает охарактеризовать Сергея Безрукова, который обладает не просто ледяным, а «леденящим» взглядом, то есть взглядом максимально «враждебно-холодным»¹⁰.

Актер Максим Матвеев – единственный из всех мужчин-героев портретных очерков “Vogue”, кто обладает общепринятыми мужскими качествами и характеристиками: *металл* в голосе, *сталь* в глазах, *железная* хватка пальцев. Он же, как утверждает автор, не *забронзовел* после первых успехов, не превратился в памятник самому себе. Дмитрий Хворостовский заключает себя в *железные* объятия, а Миндаугас Карбаускис *железной* рукой прививает другим любовь к настоящему искусству. Возможно, эти железные руки из ТГМ «Металлы и сплавы» (4,8 %) помогают мужчинам сдерживать себя и идти вперед к своей цели, не обращая внимания на то, что может их отвлечь.

Метафоры различных тематических групп связаны в первую очередь с внутренним состоянием героя: влияние извне служит основой для его внутренней работы над собой. Но быть уверенным в том, что результаты этой работы будут направлены во внешний мир, нельзя – мужчина “Vogue”, за редким исключением, делится «собой» неохотно.

В метафорах, использованных авторами для создания мужского образа, есть только отдельные указания на самодостаточность главного героя, его силу и решительность. В большинстве случаев они создают образ уставшего от жизни и от своей популярности человека, человека, может быть, духовно слабого. Причем эту слабость сам журнал преподносит как достоинство и некую гениальную «отрешенность» от мира, что создает несколько противоречивый и не всегда однозначно привлекательный образ. Но вероятно, это именно тот образ, который хочет видеть аудитория журнала, ищущая подтверждение мифу о непонятом и непонятом мужчине.

-
- ¹ «Основа влияния и авторитета бренда “Vogue” – уникальная роль журнала как культурного барометра для аудитории по всему миру. “Vogue” помещает моду в контекст культуры и мира, в котором мы живем, – как мы одеваемся, живем и общаемся; что едим, слушаем и смотрим; чем вдохновляемся», – сообщает англоязычный сайт издательского дома Conde Nast, к которому принадлежит “Vogue”. [Электронный ресурс] URL: <http://www.condenast.com/brands/vogue> (дата обращения: 10.03.2016).
- ² По данным независимой исследовательской компании «TNS Россия» за 2015 г., женщины составляют 82 % целевой аудитории журнала, мужчины – 18 %. [Электронный ресурс] URL: <https://www.condenast.ru/portfolio/magazines/vogue/circulation/> (дата обращения: 10.03.2016).
- ³ *Солганик Г.Я.* О специфике газетно-публицистической метафоры // Журналистика и культура русской речи. 2002. № 2. С. 36.
- ⁴ «Образная метафора (субстантивная, адъективная и глагольная) наиболее устойчива. Переход метафоры к осуществлению вторичной для нее функции номинации исключает семантическую двуплановость, т.е. ведет в конечном счете к гибели метафор» (*Арутюнова Н.Д.* Язык и мир человека. М.: Языки русской культуры, 1999. С. 366). Было решено исследовать только образные метафоры еще и потому, что задача портретного очерка – создать *образ* человека и донести этот образ до читателя.
- ⁵ Цифры в круглых скобках показывают, какой процент составляют метафоры данной тематической группы от общего числа метафор, раскрывающих образ мужчины в рассматриваемых текстах.
- ⁶ Здесь и далее метафоры, обнаруженные в анализируемых портретных очерках, выделены в тексте статьи курсивом.
- ⁷ Так в Толковом словаре русского языка определяется переносное значение слова «шут». См.: *Ожегов С.И., Шведова Н.Ю.* Толковый словарь русского языка. М.: Азбуковник, 1999. С. 820.
- ⁸ Там же. С. 456.
- ⁹ Там же. С. 221.
- ¹⁰ Там же. С. 442.