

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

имени М. В. ЛОМОНОСОВА

На правах рукописи

Федорова Татьяна Юрьевна

**Автобиография в XXI веке: самопрезентация личности в пространстве
массовой культуры России и США**

Специальность 24.00.01 – теория и история культуры

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание учёной степени

кандидата культурологии

Москва – 2018

Диссертация выполнена на кафедре региональных исследований Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова»

Научный руководитель – **Руцинская Ирина Ильинична** – доктор культурологии, профессор кафедры региональных исследований факультета иностранных языков и регионоведения Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова

Официальные оппоненты – **Пушкарева Наталья Львовна** – доктор исторических наук, профессор, главный научный сотрудник, заведующая сектором этногендерных исследований института этнологии и антропологии Российской академии наук

Ерохина Татьяна Иосифовна – доктор культурологии, профессор, заведующая кафедрой культурологии Ярославского государственного педагогического университета им. К.Д. Ушинского

Малыгина Ирина Викторовна – доктор философских наук, профессор, заведующая кафедрой теории культуры этики и эстетики Московского государственного института культуры

Защита состоится « 11 » декабря 2018 г. в 16:30 часов на заседании диссертационного совета МГУ 24.01 Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова по адресу: 119991, Ленинские горы, д. 1, стр. 13 (IV гуманитарный корпус), факультет иностранных языков и регионоведения, ауд. 440

E-mail: culturedis@ffl.msu.ru

С диссертацией можно ознакомиться в отделе диссертаций Научной библиотеки МГУ имени М.В. Ломоносова (Ломоносовский проспект, д. 27) и на сайте ИАС «ИСТИНА»: <https://istina.msu.ru/dissertations/154448733/>

Автореферат разослан « » 20 г.

Учёный секретарь
диссертационного совета,
кандидат культурологии

И.Л. Анастасьева

I. Общая характеристика работы

Современное социокультурное пространство характеризуется избытком информационных потоков, оказывающих прямое влияние на характер социального бытия и ценностно-смысловые сферы жизни индивида. Неоднозначность и противоречивость текущего периода постиндустриального общества напрямую связаны со взрывным развитием коммуникативных и информационных технологий, благодаря которым перед человеком открылось не только множество дополнительных способов обмена информацией, но и новые возможности самоопределения в обществе. Сегодня медиапространство демонстрирует огромное количество примеров успешного использования современных коммуникационных технологий для самопрезентации личности, однако даже в условиях кажущейся избыточности инструментов воздействия на массовое сознание (информационные издания, телерадиовещание, социальные сети, которым, бесспорно, принадлежит лидирующая роль, и др.) появляются новые каналы коммуникации на почве давно известного, традиционного способа повествования о себе – автобиографического текста.

Массовая культура, пронизывающая все сферы общества, не могла не оказать влияние на автобиографические тексты, функционирующие в рамках коммерциализированного пространства, подчиненного удовлетворению сиюминутных культурно-досуговых запросов масс. Автобиографии, авторами которых являются популярные в пространстве массовой культуры личности – известные актрисы, телеведущие, певицы, спортсменки, – оказываются вписанными в масскульт-идеологию и начинают приобретать функции, не ограничивающиеся жизнеописанием индивида.

Демонстрация подчеркнутого пренебрежения к такого рода текстам, безусловно, не способствует их изучению. А такое изучение, на наш взгляд, необходимо. Книги, которые выходят миллионными тиражами, востребованы и любимы во всем мире, неизбежно отражают важные аспекты социальной психологии, актуальные социокультурные проблемы современности. Они интересны в качестве предельно наглядного примера трансформации известного

литературного жанра, имеющего многовековые традиции, под влиянием массовой культуры, того, как меняются приемы и формы собственного жизнеописания.

Современный автобиографический текст, являясь крайне индивидуализированным произведением, выступает в качестве формы самопрезентации популярной личности в пространстве массовой культуры. Женские образы, актуализируемые в процессе конструирования имиджа и личностного репрезентирования, являются прямым отражением актуальных социокультурных процессов, гендерной детерминированности социальных ролей, культурной динамики и региональных особенностей женского самоопределения, связанного с культурно-историческим контекстом.

Современные автобиографические тексты не просто документируют актуальные социокультурные процессы эпохи, в которую были созданы, но являются ярчайшим примером интеграции активно изучаемых массовой культуры и собственного жизнеописания, отражают региональную специфику гендерного самопрезентирования.

В чрезвычайно широком спектре актуализированной проблематики существуют определенные лакуны. Феномен селебрیتی, как и автобиографический жанр, представляет особый интерес для гуманитарных наук, однако многие автобиографии американских авторов - и ни одна из рассмотренных нами автобиографий российских авторов не были введены в научный оборот до настоящего исследования.

Актуальность работы определяется тем, что, несмотря на повышенный интерес современной гуманитаристики к автобиографическому жанру, проблемам конструирования автобиографической идентичности, селебритизации, влияния массовой культуры на социокультурную действительность, существует множество лагун и неизученных аспектов. Так как большинство современных автобиографических текстов оказывается вне сферы научного интереса, вопросы, связанные с трансформацией традиционного жанра под влиянием массовой культуры, определением стратегий самопрезентации личности через автобиографический текст, региональной спецификой репрезентируемых женских образов, категорией автора в современных автобиографиях остаются совершенно

неизученными. Феномен селебрیتی, как и автобиографический жанр в целом, отмечен повышенным интересом со стороны наук о человеке, однако многие автобиографии американских авторов и ни одна из рассмотренных нами автобиографий российских авторов не были введены в научный оборот до настоящего исследования.

Цель диссертационной работы – на материале современных женских автобиографий, изданных в России и США, выявить трансформации автобиографического жанра в пространстве массовой культуры и его превращение в инструмент самопрезентации личности.

В соответствии с целью исследования были поставлены следующие **задачи**:

- Показать существующие подходы к изучению автобиографического жанра в гуманитарных науках.
- Определить круг формально-содержательных признаков автобиографического жанра.
- Выявить трансформации женской автобиографии в России и США на современном этапе, выделив следующие аспекты:
 - цель создания и сценарий автобиографического текста;
 - выраженность рефлексии и журнального дискурса в современном жизнеописании;
 - приемы коммуникации с читательской аудиторией;
 - стиль и степень откровенности повествования;
 - изменение статуса категории автора.
- Выявить существующие рекламно-имиджевые стратегии, применяемые авторами современных автобиографических текстов, и определить роль автобиографии в процессе конструирования имиджа известной личности в пространстве массовой культуры России и США.
- Рассмотреть автобиографический текст как современный инструмент самопрезентации личности, выявив основные модели самопрезентирования, детерминированные массовой культурой.
- Определить типологию фемининных образов, репрезентируемых в современных женских нехудожественных автобиографиях в пространстве массовой

культуры России и США, опираясь на существующие в культурологии, социологии и психологии системы образов.

Объектом диссертационного исследования являются автобиографии, написанные популярными актрисами, певицами, телеведущими, моделями и спортсменками России и США в XXI веке. В качестве **предмета** исследования выступают особенности самопрезентации личности в пространстве массовой культуры России и США.

Методологическую базу исследования составляет комплексный анализ изучаемых в работе феноменов на основе междисциплинарного подхода, предопределившего привлечение широкого спектра методов исследования, характерных для ряда наук, таких как история, культурология, лингвокультурология, регионоведение, социология. Для более полного и всестороннего изучения особенностей самопрезентации личности в работе применяются методы анализа и синтеза, а также сравнительно-сопоставительный метод, позволяющий сделать выводы более наглядными. Кроме того, в ходе работы применялись методы описания и текстологического анализа, а также аксиологический метод, позволивший рассмотреть автобиографию селебрити не только как литературно-эстетический, но и в первую очередь как социокультурный феномен с присущими ему историческими, культурными, ценностными и символическими характеристиками.

Хронологические рамки исследования включают период с 2000 по 2017 год и определены задачами анализа, осмысления и описания трансформации современных автобиографических практик и образности гендерного самопрезентирования, отражающих актуальный социокультурный контекст.

Источники. Настоящее исследование не претендует на обзор и анализ всех вариантов и форм автобиографического жанра, столь популярного в XXI веке. Его задача состоит в изучении отдельных аспектов той жанровой разновидности, которая полностью «вписана» в пространство массовой культуры. В сравнении со всеми предшествующими эпохами, а также иными видами современных автобиографий, авторами текстов в данной группе гораздо чаще выступают женщины. Указанное обстоятельство позволяет сузить чрезвычайно широкий круг

современных автобиографий, основываясь на гендерном признаке, и в качестве источников исследования отобрать исключительно тексты, созданные представительницами шоу-бизнеса (известными американскими и российскими актрисами, певицами, музыкантами, телеведущими, спортсменками). Таким образом, в фокусе настоящего исследования оказываются автобиографии «звезд» или «селебрити». Данные термины, все чаще используемые в научной среде, не являются тождественными и требуют определения и разграничения для корректного формулирования принципов отбора источников. Использование термина «звезда» характерно для исследований кинематографа и чаще встречается в контексте репрезентативного взаимодействия популярных личностей кино и телевидения и индивидов, выступающих потребителями продуктов киноиндустрии. Что же касается «селебрити» (феномена, который активно изучается в западной гуманитаристике, но в отечественной культурологии исследуется лишь эпизодически), данное понятие представляется более широким, тесно связанным с концептом известности и славы как таковой, подразумевающим воздействие на сознание широких масс. Появление феномена селебрити как мультимедийного и мультитекстуального концепта связано с переосмыслением границ публичной и частной жизни известного человека в современном культурном пространстве: массы в большей степени заинтересованы в подробностях личной жизни популярной личности, чем в ее профессиональных успехах и карьере. Согласно П. Котлеру, И. Рейну и М. Штоллеру, селебрити – это «имя, однажды “созданное” средствами массовой информации, которое теперь само создает информационные поводы»¹. В отношении обоих терминов справедливо утверждение, что слава и обретение статуса селебрити зависят «не от самой личности, а от особенностей ее репрезентации»². Таким образом, селебрити есть популярная в культурном пространстве региона личность, обладающая высокой степенью влияния на общественное сознание, чья частная жизнь привлекает больше внимания широких масс, чем ее профессиональная деятельность.

¹ Kotler P., Rein I. and Stoller M. High visibility: the making and marketing of professionals into celebrities. McGraw-Hill Contemporary, 1997. P. 39

² Turner G., Bonner F. and Marshall P.D. Fame games: the production of celebrity in Australia. Melbourne: Cambridge University Press, 2000. P. 11.

Включение в рассматриваемый корпус текстов автобиографий спортсменов представляется обоснованным, несмотря на то что данные авторы не имеют прямого отношения к такому типу развлекательного пространства массовой культуры, как шоу-бизнес, кинематограф, музыка. Во-первых, автобиографии звезд спорта также относятся к нехудожественным автобиографиям. Во-вторых, их профессиональная деятельность, лежащая в несколько отличной от шоу-бизнеса социокультурной плоскости, вызывает у масс такой же интерес к личности спортсмена, как и, например, личная жизнь актрисы, что способствует повышенному интересу средств массовой информации, нацеленных на удовлетворение «запроса» своей аудитории. Так, личность спортсмена, подобно личности актрисы или певицы, точно также начинает функционировать в пространстве массовой культуры в качестве бренда, требующего адекватной репрезентации.

Автобиографии популярных представительниц пространства массовой культуры - огромный пласт ярчайших документов эпохи, которые впервые вводятся нами в научный оборот. Большинство американских автобиографий популярных личностей, исследуемых в данной работе, никогда не были представлены в российских библиотеках, не были переведены (предложенный перевод текстов выполнен автором настоящей работы) и впервые привлекаются в качестве источников. В ходе исследования был составлен максимально полный список обозначенных автобиографических изданий, включающий более семидесяти наименований.

Степень теоретической разработанности темы. Цели, задачи, источниковая база данной работы предопределили необходимость обращения к исследованиям чрезвычайно широкой и разноплановой научной проблематики. Их можно разделить на пять основных групп.

Первую группу составляют исследования автобиографического жанра, самыми авторитетными теоретиками которого являются Г. Гусдорф, впервые представивший наиболее четкое обоснование западной автобиографической традиции, которое получило дальнейшее развитие в работах Д. Олни; Ф. Лежен, автор монументального труда «Автобиография во Франции», предопределившего

законы дальнейшего изучения жанра; Г. Миш и др. Изучению автобиографии в рамках филологии посвящены работы Г. Романовой, Н.А. Николиной, В.М. Маркович, Л.И. Бронской, У.С. Шпенгмана и др. Изучением автобиографического нарратива занимались Д. Брюнер, рассматривающий процессы, выраженные в лингвистических конструкциях, при помощи которых нарратив подстраивается под различные ситуации; Ф. Хаймс, развивающий идею о повествовании, которое «озвучивает» социокультурные связи и вписанные в контекст культурные смыслы; П. Миллер, Р. Бауман и др. Вопросам нарративной идентичности и диалогичности бытия посвящены работы Б.М. Бахтина, П. Рикера и др. Изучению интерпретации контекста и роли интерпретатора в коммуникации автор – читатель посвящены работы Ю. Хабермаса. Рассмотрением автобиографии в качестве ценного культурно-исторического источника занимались В.Б. Анграссино, обозначивший правила культурно-исторической реконструкции эпохи на основе автобиографических источников, К. Лаш, Дж. Стал и др. Наиболее весомый вклад в изучение автобиографии как исторического источника внесли О.С. Гребенюк и Ю.П. Зарецкий. Изучению соотношения правды и вымысла в автобиографическом тексте посвящены работы Ю.Б. Шлыковой, Т.Д. Адамса, П. Экина и др. Особенности женского автобиографизма изучаются в работах Дж.К. Конвэй, С. Смит, Б.Бродски, М. Уотсон и др. До настоящего времени ни в зарубежной, ни в отечественной гуманитаристике не было проведено сколько-нибудь полного анализа степени изученности автобиографического жанра, обзора круга поднимаемых исследователями проблем. В этой связи возникает необходимость обобщить существующие подходы и методы анализа автобиографии. Решению данной задачи посвящена первая глава данного диссертационного исследования.

Ко второй группе относятся исследования феномена селебрити, процесса селебритизации и закономерности их функционирования в пространстве массовой культуры, вызывавшие интерес таких исследователей, как С. Роджек, который изучает селебрити в самом широком смысле, обращаясь к образам деятелей искусства, политиков, спортсменов; П.Д. Маршал, в основе исследования которого лежит связь селебрити не только с концептом славы, но и с конструированием ложной ценности; Т. Зэнфт, исследующая чрезвычайно актуальный феномен

«микро-селебрити» - популярных в интернет-пространстве (блогах, социальных сетях) личностей; С. Холмс, Б. Тернер, Дж. Монако и др. Изучению автобиографий селебрити посвящены работы Т. Фриман. Вклад в исследование процесса селебритизации звезд спорта внесли Г. Уэннел и Д.Л. Эндрюс, рассматривающие культурные, социальные, политические, экономические и технологические силы, задействованные в процессе конструирования селебрити в современной медиакulturе. Феномен селебрити становится темой серьёзных исследований с начала 1970-х гг. Первыми глубокими работами, благодаря которым феномен селебрити оформился в качестве полноценного объекта исследования, были разработки Р. Даера и Р. Шикеля. Методологическую основу их исследований феномена селебрити составляют социологический и семиотический подходы. Исследованиям феномена «звезды» и истории «славы», их социальным функциям и «демократическому потенциалу» посвящены работы М. Баркера, Дж. Беннета, Р. Де Кардова, Л. Броди и др.

Третья группа исследований относится к изучению феномена массовой культуры. Количество работ как отечественных, так и зарубежных исследователей по данной теме представляется внушительным. Нас в контексте данного исследования интересуют следующие аспекты темы:

- теоретическому осмыслению понятий «масса» и «массовая культура» посвящены труды Х. Ортеги-и-Гассета, Г. Тарда, Г. Лебона, Г. Маркузе, В. П. Шестакова, М. Л. ДеФлер, Л. Мей и др.;

- функции массовой культуры наиболее полно отражены в работах А. Л. Флиера, Э. А. Орловой, К.Т. Теплица, Е. Г. Соколова и др.;

- проблематика национального своеобразия, региональных особенностей массовой культуры изучена в трудах А. В. Костиной, И. И Руцинской, Б. Мура, Д. Л. ЛеМаё и др.;

- специфика массовой литературы описана в трудах Р. Барта, М. Фуко, М. Черняк, Н.Г. Мельникова и др.;

Следующую группу исследований составили работы, посвящённые вопросам имиджирования. Теоретическим обоснованием и изучением имиджевых практик и стратегий занимались В.В. Белобрагин, чьи исследования сосредоточены на

изучении имиджирования личности пространства шоу-бизнеса, Г.Г. Почепцов, один из ключевых теоретиков «имиджа», Л.Г. Егорова, Петрова и др.

Теоретическое осмысление понятия и принципов самопрезентации представлено в работах О.А. Пикулевой, И.В. Чельшевой, С. Понс де Леон, И. Коннел и др.

К пятой группе относятся исследования, посвящённые вопросам гендерного репрезентирования. Созданием типологии репрезентируемых женских образов занимались такие исследователи, как Е.А. Володарская, С.А. Ильиных, Д.Ш. Болен, Н.К. Нунан и др. Данные исследователи предлагают собственную типологию женских образов, репрезентируемых в рамках различных социокультурных контекстов.

Вопросам репрезентации фемининности в массовой культуре посвящены работы Дж. Халлоус, С. Лаш, А. Триер-Биник, К. Вайбель и др.

Гипотеза исследования. Современные автобиографии подвергаются жанровой трансформации под влиянием массовой культуры, определяющей новые задачи и формально-содержательные признаки собственного жизнеописания, при этом процессы изменений демонстрируют региональную специфику. Автобиографические тексты выступают в качестве инструмента самопрезентации и имиджирования личности в современном медиaprостранстве, а авторы прибегают к использованию определенных женских образов, детерминированных ценностными ориентациями русской и американской культур. Данные образы могут послужить основой создания типологии (системы) женских образов, репрезентируемых в рамках автобиографического нарратива селебрити.

Научная новизна диссертации определяется тем, что:

- на примере России и США раскрыт процесс проникновения массовой культуры в современные автобиографические практики, смещающий акценты смысловых жанровых доминант и диктующий новые формы и способы женского самопрезентирования;
- впервые в качестве источника исследования были привлечены автобиографии, созданные женщинами популярными в медийном пространстве

России и США. Данные тексты ранее не привлекались в качестве основного источника исследования влияния массовой культуры на литературное пространство

- впервые проведен систематический анализ целого ряда автобиографических текстов, не вводимых ранее в оборот научных исследований. Определены их формально-содержательные признаки, роль в процессе самопрезентации личности и конструирования имиджа в пространстве массовой культуры.

- впервые в западной и научной историографии сформулирована и описана типология женских образов, репрезентируемых в рамках современного автобиографического дискурса.

Положения, выносимые на защиту:

1. Отдельные произведения автобиографического жанра, имеющего многовековую историю и ряд оформившихся формально-содержательных признаков, подвержены трансформации под влиянием массовой культуры. Они демонстрируют определенную специфику ввиду смещения ключевых жанровых доминант, выделяясь в отдельный поджанр, полностью подчиненный идеологии масскульта.

2. Современные автобиографические произведения популярных личностей, функционирующие в пространстве массовой культуры, представляют собой тщательно сконструированный рекламно-имиджевый текст, симулирующий традиционные автобиографические практики. Их создатели прибегают к использованию инструментария имиджелогии, отмеченного утилитарностью и прагматизмом.

3. Автобиографический текст как канал непосредственной (прямой) коммуникации автора с читательской аудиторией выступает не только в качестве транслятора сконструированных образов, но и как инструмент коррекции имиджа в пространстве массовой культуры.

4. Процесс самопрезентации популярной личности посредством автобиографических произведений происходит в соответствии с селективными доминантными образами, обладающими набором ключевых ценностных ориентаций, нормативных для американского и российского социокультурного

пространства. Репрезентируемые современным автобиографизмом России и США образы могут быть положены в основу создания типологии гендерной самопрезентации в пространстве масскульта.

5. Современная автобиография является репрезентативным источником не только для изучения жанровых трансформаций, вызванных влиянием массовой культуры, но и для выявления региональных особенностей самопрезентации личности. Региональная специфика репрезентируемых систем женских образов обусловлена различиями культурно-исторических контекстов и несовпадениями динамики гендерных социальных ролей.

Теоретическая значимость работы определяется назревшей необходимостью междисциплинарного подхода к изучению трансформации автобиографического жанра на современном этапе, в значительном расширении источниковой базы исследований массовой культуры и феномена селебрити, изучением экспансии массовой культуры в литературное пространство России и США.

Практическая значимость исследования заключается во введении новых источников, в том числе на иностранном языке, в научный оборот культурологических исследований. Основные положения и выводы диссертации могут быть использованы в процессе преподавания таких дисциплин, как теория и история культуры, регионоведение, имиджелогия, а также для разработки следующих спецкурсов: феномен массовой культуры, история автобиографического жанра, теория продвигающих коммуникаций.

Степень достоверности и апробация работы. Основные положения диссертации были представлены на четырех научных форумах: Международной конференции «Россия и Запад: диалог культур» (Москва, 2017), симпозиуме «История и традиции питания народов мира» (Москва, 2016), Международной научной конференции «Феномен творческой личности. Фатющенковские чтения». (Москва, 2016), студенческой межвузовской конференции «Региональные варианты массовой культуры» (Москва, 2018). Результаты исследования были опубликованы в семи статьях, из них четыре статьи – в журналах, рекомендованных ученым советом МГУ и ВАК, общим объемом шестьдесят страниц.

Диссертация была обсуждена на совместном заседании кафедры региональных исследований и кафедры сравнительного изучения языков и культур факультета иностранных языков и регионоведения МГУ имени М. В. Ломоносова.

Объем и структура работы. Диссертация состоит из введения, трёх глав, заключения, списка литературы и приложений.

II. Основное содержание диссертационной работы

Во **введении** обосновываются актуальность выбранной темы и её научная новизна, формулируются цели и задачи исследования, его предмет и объект, положения, выносимые на защиту, методологические основы диссертации, определяются хронологические рамки исследования, обосновывается его теоретическая и практическая значимость, приводятся сведения об апробации результатов работы, обозначаются объём и структура диссертации.

Первая глава **«Автобиография как предмет научных рефлексий»** носит историографический характер. Она посвящена обзору различных подходов к изучению автобиографических текстов. Необходимость более подробного обзора, дополняющего краткий историографический анализ, представленный во введении к данному диссертационному исследованию, продиктована существующей разрозненностью проводимых исследований. К лингвистам и литературоведам, традиционно занимающимся феноменом автобиографии, давно присоединились историки, социологи, философы, культурологи, психологи. Однако большинство исследователей не ставит своей задачей разрушение дисциплинарных границ, использование междисциплинарных подходов. В итоге на сегодняшний день не существует исчерпывающей историографии, которая бы систематизировала аспекты, проблемы, задачи, актуализируемые при анализе произведений автобиографического жанра.

Не претендуя на полноту освещения, мы обратились только к нескольким аспектам, значимым в контексте данного исследования. Важно было структурировать предложенный обзор в соответствии не с научными направлениями (как обычно предлагают авторы, исследующие данную тематику), а

в соответствии с наиболее актуальными проблемами автобиографии, привлекающими внимание ученых разных специальностей.

Первый параграф данной главы носит название **«Нарратология и культурология»**. Жизнь человека, рассказанная им самим, представляет собой нарратив, в котором не только отражаются личные представления, смыслы и оценки автора, но который выстраивается в соответствии запросами и культурными нормами эпохи. Поэтому автобиографический нарратив, изначально представлявший интерес для филологов, в настоящее время является важным предметом культурологических исследований. Обзор известных работ, особенно значимых для понимания природы автобиографического нарратива (Дж. Брюннер, Р. Бауман, Д. Хаймс, П. Миллер, М.М. Бахтин и др.), свидетельствует о неуклонном расширении области научного поиска и при этом о продолжающемся сближении и пересечении различных научных подходов. Идеи полифоничности, полисемантической и диалогичности текста, а также самой природы нарратива, анализ «текстуальной реальности» автобиографии, поиск культурных смыслов, вписанных в контекст жизнеописания, несомненно, оказывают влияние на дальнейшее культурно-антропологическое исследование автобиографического жанра.

Во втором параграфе **«Автобиографический текст как предмет междисциплинарного изучения»** выполнен обзор основной проблематики исследований жанра, актуальной в рамках той или иной научной дисциплины, в частности в рамках литературоведения, антропологии, культурологии, истории, философии, социологии. Такой обзор позволяет увидеть чрезвычайно широкий спектр теоретических и прикладных вопросов, которые ставит автобиографический жанр перед своими исследователями. Эти вопросы варьируются от узкоспециальных и предельно конкретных (анализ отдельных текстов, отдельных приемов автобиографического письма и т.д.) до чрезвычайно обобщенных, связанных с пониманием природы жанра и обоснованием его места в истории и культуре. Авторы, исследующие автобиографический жанр с точки зрения филологии и литературоведения, неизменно задаются вопросами о жанровых границах, соотношении героя и автора автобиографии, стремятся классифицировать различные

виды автобиографических текстов, систематизировать полученный материал и внести, таким образом, свой вклад в развитие теории автобиографического жанра, которая до сих пор находится в разработке. Антропологи, культурологи и историки работают над философско-культурным определением жанра, интересуются вопросами культурной роли автобиографии в отражении и формировании культурного пространства, в частности, рассматривают автобиографический текст как способ самоопределения индивида в культуре. Для социологов автобиография является ценным источником для анализа социального поведения человека определенной эпохи, и они считают невозможным рассмотрение автобиографического текста вне его социального контекста, которым он всегда обусловлен, и не существует в отдельности от последнего.

Третий параграф **«Сравнительный анализ биографии и автобиографии»** посвящен обзору исследований, в которых проведен сопоставительный анализ структурно-содержательных особенностей двух известных жанров. Данная проблематика проходит сквозной линией через всю историю изучения автобиографии, не только способствуя ее «научному самоопределению», выстраиванию жанровых границ, но и активно помогая осознанию ее специфики. Это особенно важно в условиях, когда автобиография продолжает считаться жанром, не обладающим четкими и однозначными жанровыми признаками. Культурно-антропологическая ценность автобиографии заключается в ее субъективности, способности наиболее точно отразить культурный контекст определенной эпохи, стремлении к саморефлексии. В отличие от биографии, стремящейся к объективности, она функционирует как первичная структура самоидентификации.

Четвертый параграф **«Гендерные особенности автобиографии»** чрезвычайно важен в контексте данной работы, поскольку, как мы указывали выше, тексты, выступающие источниками диссертационного исследования, отобраны по гендерному принципу.

Данная проблематика привлекает внимание многих исследователей, но особенно часто к ней обращаются американские и западноевропейские авторы. Важно указать, что исследователи не только изучают особенности женского и

мужского автобиографизма (степень эмоциональности, способы конструирования идентичности, подразумеваемый адресат и т.д.) но и анализируют специфические особенности восприятия автобиографических текстов читателем. В частности, акцентируют внимание на восприятии автобиографий, созданных мужчинами, как отражении объективной картины мира, в то время как «женская» картина мира, репрезентированная в автобиографическом тексте, долгое время воспринималась как субъективная.

Пятый параграф посвящен тому, как в исследовательской литературе изучается **«Соотношение правды и вымысла в автобиографическом тексте»**. Как известно, автобиографический материал содержит не только фактологически верифицируемую информацию, но и элементы, которые являются продуктом авторского «самосоздания». Это ставит перед исследователями задачу проведения разграничений между понятиями «вымысел», «ложь», «субъективность». О важности подобного аспекта изучения автобиографического текста говорит возрастающее в последние годы количество специальных исследований, призванных, в числе прочих достоинств подобных научных трудов, напомнить исследователю автобиографического текста о необходимости критического подхода к рассмотрению подобного жанра и учитывать его специфику при попытке вывести общие закономерности.

Шестой, последний параграф первой главы **«Автобиографический жанр как отражение социокультурной среды и национального характера»** посвящен исследованиям, затрагивающим культурно-философскую культурно-историческую, регионоведческую проблематику. Автобиографический текст зачастую рассматривается как порождение западного индивидуализма (Г. Гусдорф), соответственно, поднимается вопрос о соотношении цивилизационных характеристик региона и развития автобиографии как социокультурного феномена. Не менее значимым представляется указание на то, что внутри одной культуры бывают периоды «расцвета исповедального жанра» (Ф.Р. Харт) и периоды, когда его развитие идет на спад.

Взаимосвязь между особым строем культуры и текстом автобиографии, созданным в пространстве этой культуры, на сегодняшний день исследуется

учеными самых разных специальностей. Автобиография трактуется как отражение общей модели культуры. Этот вывод подводит нас к рассмотрению особенностей жанра, функционирующего в пространстве современной массовой культуры.

Вторая глава «Структурно-содержательные особенности автобиографического жанра и его трансформация» состоит из шести параграфов, в которых последовательно исследуются основные структурно-содержательные особенности современных автобиографических текстов.

В первом параграфе **«Особенности автобиографического жанра и его трансформация»** выявляются и суммируются основные структурно-содержательные признаки «классической» автобиографии, сформулированные в научно-теоретических трудах. Без выделения данных признаков невозможно изучение их трансформации на современном этапе.

В работе рассматриваются особенности автобиографического жанра на фоне «родственных» ему поджанров: дневников, воспоминаний, записок, мемуаров, исповедей. Подчеркивается, что несмотря на то что единого взгляда на проблему жанрового своеобразия автобиографии не существует, многие исследователи считают важнейшей особенностью данных текстов «акцент на истории своей личности», «на истории становления души», «на освещении внутреннего развития». Саморефлексия, обилие философских размышлений, столь характерные для автобиографии, основываются на столкновении двух точек зрения: «Я» из настоящего и «Я» из прошлого, на котором выстраивается повествование. К значимым признакам жанра относят также подчеркнутую субъективность оценок и самооценок; допустимость вымысла, преувеличения, намеренного утаивания отдельных фактов биографии; идеализацию главного героя повествования; незаконченность жизнеописания, открытость итога повествования и др. Много внимания уделяется изучению особого отношения личности автора и описываемого героя: они близки, но не тождественны. Важной характеристикой автобиографического текста выступает время его создания: в зрелые годы, когда большая часть жизненного пути уже позади. Данный факт, в свою очередь,

предопределяет стремление «осмыслить прожитую жизнь как целое, придать эмпирическому существованию оформленность и связность³».

Следующие параграфы второй главы посвящены анализу формально-содержательных признаков и отличительных особенностей жанровой вариации, вписанной в пространство массовой культуры.

В параграфе **«Рефлексия и время создания автобиографического произведения в контексте жизненного пути автора»** исследуются логика изменений и причины пренебрежения двумя важнейшими жанровыми признаками автобиографии.

Предполагается, что автобиография являет собой попытку осмысления жизни с высоты прожитых лет, когда «Я» настоящее, умудренное опытом, рассказывает о «Я» из прошлого. Однако современные автобиографии как отечественных, так и американских авторов совершенно не подчиняются данной жанровой особенности: чаще всего тексты создаются на пике или на даже на заре карьеры. Если в американских текстах данный факт фиксируется и даже делаются попытки его объяснения и оправдания, то в автобиографиях наших известных соотечественниц он не становится предметом осмысления. Подобное нарушение жанровых рамок сопровождается отсутствием сформировавшихся у автора оценок и суждений. В текстах содержатся прямые демонстрации (если не сказать – манифестации) сиюминутности повествования, динамики авторских взглядов. Факт обращения лишь к незначительному фрагменту жизни известной личности нередко дает основания для создания серии автобиографий (А. Заворотнюк, М. Каилинг, Дж. МакКарти и многие другие имеют по две и больше автобиографий, выстроенных как серия последовательных текстов). Автобиография подчиняется принципам массовой литературы и зачастую обречена на серийность, если это способствует продвижению образа медийной персоны. Такие качества современного автобиографизма, как серийность и тиражированность, оказываются вписанными в философию современной массовой культуры. Исследователи феномена современного «звездного» автобиографизма отмечают поверхностность

³ *Литературный энциклопедический словарь*. М.: Советская энциклопедия, 1987. С. 13.

повествования: примитивность мотивов, повторяемость и тривиальность объяснений поступков. Знаковым событием, определяющим логику автобиографического повествования, может стать, например, мелодраматичное событие, послужившее триггером авторских попыток рефлексии. Таким образом, важным отличием современных текстов от автобиографии в ее классическом виде является отсутствие установки на рефлексивный и глубокий анализ, и, как следствие, незначительная роль, отводящаяся этому неотъемлемому жанровому компоненту

Третий параграф **«Цель и сценарий автобиографического текста»** посвящен анализу репрезентируемых авторами целей создания автобиографического произведения, варьирующихся от самоописания и трансляции опыта с основой на рефлексии до практик саморекламы в пространстве массовой культуры. Автобиографические тексты представителей массовой культуры России и США демонстрируют шаблонность изложения и сценариев жизнеописания, избираемых авторами в зависимости от стратегии самопрезентирования. Авторы автобиографических текстов намеренно неоднократно акцентируют внимание читателя на «тернистости» своего пути и прилагаемых усилиях на пути к успеху. Основное отличие российских современных автобиографий в контексте репрезентации индивидуального пути к успеху от американских выражается в стремлении первых к драматизации отдельных моментов и ставке на эмоциональное воздействие на читателя с целью получения отдачи в виде сопереживания.

Четвертый параграф **«Способ выстраивания диалога с читателем, стиль и откровенность повествования»** посвящен изучению специфики диалога автор - читатель и стиля повествования. Концепт искренности и откровенности находит разное отражение в американской и российской формах автобиографизма, что обусловлено различиями культур. Откровения в понимании американских авторов оказываются связаны с подробностями личной и даже глубоко интимной жизни, создавая впечатления отсутствия табуированных дискурсов современной американской автобиографии. Подобное понимание исповедальности и откровенности есть попытка заполнения содержательного вакуума – создание автобиографий на раннем жизненном этапе объясняет попытку заменить

недостаток серьезной жизненной философии слишком откровенными подробностями личной жизни. Для повествования российских авторов характерны эмоциональность, драматизм и попытка вовлечь читателя в собственные переживания, вызвать симпатию через сочувствие и сопереживание. Стиль автобиографического повествования является как отражением запросов массовой аудитории, на которую ориентированы тексты, так и продолжением существующего в пространстве массовой культуры имиджа.

В пятом параграфе **«Журнальный дискурс современного автобиографизма»** современный автобиографический дискурс сопоставляется с дискурсом глянцевого журнала, обосновывается интеграция автобиографического начала и дискурса журнального типа.

Современная эпоха трансформировала автобиографический жанр, введя новые признаки, которые отчасти ставят их на один уровень с женским журналом по ценностной наполненности, коммерческой ориентированности и типу взаимодействия с читателями. Несамостоятельность и неполноценность отдельных автобиографических практик связаны с имплантацией элементов глянца в структуру жизнеописания, направленного на трансляцию советов, претендующих на универсальность, по удовлетворению витальных потребностей в соответствии с текущими трендами. Таким образом, автобиография не только вносит свой вклад в формирование необходимого имиджа автора, но и способствует оформлению потребительской идеологии, и стимулирует спрос на определенные товары и услуги. Ценностными доминантами подобной симбиотической формы автобиографизма становятся концепты моды, красоты, взаимоотношения с противоположным полом. Ориентацией на глянец объясняется и архитектура произведений, и стиль повествования, характеризующийся незамысловатостью, поверхностностью и развлекательностью.

Шестой параграф **«Симулятивность категории автора в современном автобиографическом тексте»** посвящен рассмотрению функции автора автобиографического текста в качестве симулякра современного коммуникативного пространства масскульт.

Отсутствие полноценной категории автора связывается с симулятивностью автобиографических практик. Новая эстетика, рожденная массовой культурой, ориентированная на тиражирование (У. Эко) и неподлинность (Ж. Бодрийяр), нашла отражение и в автобиографии - использование знакомой формы и наполнение новым содержанием. Современное социокультурное пространство строится на основе симуляционных форм, независимых от трансцендентных образов. Ценность авторского имени, выступающего в роли «бренда», вытесняет ценность оригинального текста и эстетичности повествования. Взаимодействие автора и читателя характеризуется атмосферой игры: читатель симулирует доверие к подобным источникам информации о жизни знаменитостей; автор прибегает к использованию автобиографии, являющей собой еще один симулякр, эксплуатируя форму, наполняемую иным, далеким от автобиографического, содержанием.

Третья глава «Самопрезентация личности в пространстве массовой культуры России и США» разделена на три параграфа и посвящена специфике фемининной самопрезентации в рамках автобиографического нарратива.

В первом параграфе **«Современная автобиография как рекламно-имиджевый текст»** определяются трансформации автобиографического дискурса и закономерности его превращения в поле для рекламно-имиджевых практик. Рассматриваются стратегии имиджирования личности, применяемые в автобиографическом тексте.

Имидж, являясь идеальным конструируемым образованием, нуждается в постоянном подкреплении. Таким образом, автобиография выступает в роли дополнительного инструмента конструирования имиджа в сознании массовой аудитории. Наблюдается трансформация как ключевых смысловых доминант, так и основных задач автобиографического текста, представляющего из себя рекламно-имиджевый текст. Современные автобиографии, ориентированные на утилитарность и прагматизм конструируемого имиджа, демонстрируют использования инструментария имиджелогии, прибегая к таким приемам, как *позиционирование, эмоционализация и мифологизация.*

Второй параграф **«Автобиография как инструмент самопрезентации»** посвящен определению стратегий самопрезентирования популярных медийных личностей.

Отмечается двойственная роль автобиографии как инструмента самопрезентации. С одной стороны, она выступает односторонним каналом коммуникации публичной личности с массовой аудиторией и трансляции привычного зрителю и слушателю имиджа, бытующего в пространстве массовой культуры. Это имидж, давно сформированный посредством творческой и общественной деятельности «звезды» и информационного пространства вокруг ее образа, создаваемого средствами массовой информации. В данном случае роль автобиографии как рекламно-имиджевого текста сводится к поддержанию и усилению существующего образа. С другой стороны, автобиографический текст, сконструированный с использованием сходных технологий, применяемых в сфере рекламы и PR, способен скорректировать имидж, вводя новый образ, иногда вступающий в противоречие с существующим, так как призван заменить одни компоненты системы образов другими, иногда органично дополняющими существующий в соответствии с давно сформированным читательским запросом массовой аудитории. На основании анализа современных нехудожественных автобиографических произведений нами были выделены три приема имиджевой коррекции, к которым прибегают авторы. Они обозначены как *деидеализация*, *дополнение* и *опровержение*.

В третьем параграфе **«Образность гендерного самопрезентирования в пространстве массовой культуры»** на основании анализа автобиографических произведений формулируется и описывается собственная типология образов, репрезентируемых селебрити России и США, с опорой на существующие в культурологии, социологии и психологии классификации фемининности.

Предполагается, что основу социальной динамики образности и многокомпонентности системы женских образов составляют два вида конфликтов:

- 1) Внутренний конфликт – конфликт традиционной и современной фемининности;
- 2) Внешний конфликт – конфликт фемининности и маскулинности.

Разработанная система репрезентируемых женских образов делится на ключевые и производные. Так, мы выделяем традиционный образ (включающий такой субобраз, как жертвенный), андрогинный (маскулинный, инфантильный, эпатажный, self-made woman), героически-вдохновляющий (феминистический, «боец»), гламурный (антигламурный). Сформулированная нами типология образов, репрезентируемых в автобиографических текстах представителями массовой культуры России и США, демонстрирует региональную специфику, подробно описанную в диссертационном исследовании.

Конструирование образов представляет бинарную оппозицию: образ одновременно и формируется субъектом, автором автобиографии, и формирует субъект, носителя культуры. Автобиографические произведения документируют динамику нормативных представлений о мужских и женских социальных ролях. Они не просто транслируют сконструированные женские образы, но оказывают непосредственное влияние на формирование социально-психологических и социокультурных норм читательской аудитории. Автобиографический текст, выполняющий роль имиджевого сообщения, должен отличаться прагматической адекватностью, которая связана с одним из таких когнитивных эффектов, как уточнение ценностных ориентаций. Процесс самопрезентирования осуществляется в соответствии с выбранными образами, каждый из которых несет в себе набор указанных ценностных ориентаций, необходимых для успешного конструирования «продаваемого» имиджа. Гендерная образность конструируется и проявляется в самом акте автобиографического репрезентирования.

В заключении подводятся итоги диссертационной работы, формулируются выводы, определяются основные направления для дальнейшей разработки проблемы.

Процесс трансформации формально-содержательных признаков произведений автобиографического жанра, с одной стороны, демонстрирует тенденции, характерные для универсальных закономерностей функционирования массовой культуры на глобальном уровне, с другой – обладает некоторой спецификой в каждом из рассматриваемых регионов. Так, установку на создание

автобиографического произведения в относительно юном возрасте, не претендующем на твердость суждений, но подразумевающим динамику авторских взглядов и сиюминутность повествования; серийность жизнеописания как следствие коммерциализации автобиографических практик; поверхностность повествования; сходство с женским журналом по ценностной наполненности, коммерческой ориентированности и типу взаимодействия с читателями; отсутствие полноценной категории автора, связанное с симулятивностью автобиографических практик, – все эти особенности можно отнести к универсальным тенденциям трансформации автобиографического жанра на современном этапе. Региональная специфика заключается в особенности повествования российских авторов, отмеченного драматизмом, повышенной эмоциональностью, установкой на вовлечение читателя в собственные переживания, что настраивает на сочувствие и сопереживание. Данные тексты в наибольшей степени тяготеют к такой жанровой разновидности, как исповедь, отличающейся большей степенью откровенности, искренности и доверия к читателю. Совершенно иным представляется концепт откровенности в понимании американских авторов, так как он в большей степени ориентирован на подробности личной и даже интимной жизни, что создает впечатление отсутствия табуированных дискурсов американского автобиографизма. Нельзя также не отметить юмористический тон повествования подавляющего большинства автобиографических произведений, изданных в США.

Трансформация автобиографического жанра под влиянием массовой культуры способствует имплантации идеологии и смысловых доминант массовой культуры в жизнеописание. Выделенные в ходе анализа источники характеристики современного автобиографизма созвучны с философией современной массовой культуры, выражающейся в низких требованиях к ценностной составляющей ее продуктов и направленной на удовлетворение сиюминутных досуговых потребностей носителей усредненных культурных норм. Клиповость мышления, поверхностность, серийность и тиражированность – все это становится качественными характеристиками автобиографических произведений, видоизменяющихся под влиянием массовой культуры, в попытке удовлетворить культурно-досуговые потребности массового сознания, предложив тщательно

сконструированный рассказ о собственной жизни. Популярность автобиографий селебрити – явный индикатор смещения акцентов актуального культурного поля в направлении культуры, отдающей предпочтение моментальному, сиюминутному, визуальному и чувственному, теряющей интерес к вечному, фундаментальному и рациональному. Отдельные автобиографические произведения являются синтезом литературной формы и бизнеса, что свидетельствует о тотальной интеграции культуры и искусства в рыночные отношения, в условиях которых имиджу отводится одна из ключевых ролей. Так, мы впервые продемонстрировали соответствие принципов конструирования современного автобиографического текста законам создания успешного рекламного-имиджевого текста с использованием инструментария имиджелогии. В ходе анализа современных нехудожественных автобиографических произведений нами были выделены три приема имиджевой коррекции, к которым прибегают авторы автобиографического текста, и обозначены как деидеализация, дополнение и опровержение.

Впервые в западной и отечественной историографии была создана и описана типология репрезентируемых образов в современной женской автобиографии. Изучение особенностей конструирования и репрезентации женских образов в пространстве двух культур на примере современного автобиографизма позволило сделать вывод о наличии региональной специфики репрезентируемых женских образов. С одной стороны, элементы традиционного, андрогинного, героического и гламурного образов в той или иной степени репрезентируются в женских автобиографиях и России, и США, а их выбор зависит исключительно от авторской стратегии самопрезентирования, направленной на поддержание (или, наоборот, коррекцию) образа, закрепившегося в сознании массовой аудитории. С другой стороны, американским авторам в меньшей степени свойственна репрезентация традиционных образов, основанных на жесткой гендерной детерминированности социальных ролей, а производный жертвенный образ как крайнее проявление идеалов покорности, смиренности и жертвенности во имя выполнения ключевых женских ролей вовсе является специфичным для русской культуры и отсутствует в американском автобиографическом дискурсе. В то время как использованием андрогинного образа, наиболее адекватно отражающим социальную роль

современной женщины и связанным прежде всего с карьерными устремлениями, отмечена самопрезентация подавляющего большинства американских авторов, данный образ в меньшей степени свойственен селебрити из России, как и образ феминистический. Безусловно, феминистическая настроенность американского общества не могла не повлиять на российскую женскую идентичность, однако она явно претерпевает некоторые трансформации. Представления о положении женщины в США стали элементом национального самосознания, российская же социокультурная действительность избирательно заимствует отдельные черты западной феминистической традиции, а некоторые из них полностью отвергает.

Основы самопрезентации личности в пространстве массовой культуры так или иначе оказываются связанными с социокультурной стереотипизацией пола, детерминирующей принципы репрезентирования. Региональная вариативность конструируемых образов связана с различными культурно-историческими контекстами. Так, российской системе автобиографической образности свойственна гендерная асимметрия, связанная с сочетанием остатков патриархального традиционализма и постепенно меняющейся социокультурной действительностью российского социума.

В списке литературы представлены использованные материалы на русском и английском языках.

В приложениях размещен материал, дополняющий основной текст диссертации, представленный примерами обложек рассматриваемых автобиографических произведений и схематическим изображением разработанной типологии репрезентируемых образов.

Содержание диссертационного исследования отражено в семи публикациях автора, выполненных по теме исследования.

Научные статьи, опубликованные в журналах RSCI, а также в изданиях, рекомендованных для защиты в диссертационном совете МГУ по специальности 24.00.01 – теория и история культуры:

1. *Федорова Т.Ю.* Автобиографический жанр в XXI веке: стиль повествования и способ выстраивания диалога с читателем // Вестник Московского университета. Сер. 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2016. Т. 1. № 2. С. 141–148.

2. *Федорова Т.Ю.* Автобиография как источник культурологического исследования // Вестник Московского университета. Сер. 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2018. Т. 1. № 2. С. 136–142.

3. *Федорова Т.Ю.* Современная автобиография как рекламно-имиджевый текст // Личность. Культура. Общество. 2018. Т. 20. Вып. 3–4 (99–100).

4. *Федорова Т.Ю.* Автобиография как инструмент самопрезентации в пространстве массовой культуры // Культура и цивилизация. 2018. № 5.

Научные статьи, опубликованные в журналах РИНЦ:

5. *Федорова Т.Ю.* Категория автора в современном автобиографическом тексте // Россия и Запад: диалог культур. Вып. 19. Ч. II. М.: Центр по изучению взаимодействия культур, 2017. Т. 1. С. 366–371.

6. *Федорова Т.Ю.* Автобиография как средство самопрезентации личности в пространстве массовой культуры России и США // Сборник статей XVII Международной конференции «Россия и Запад: диалог культур», 22–23 июня 2016 г. Т. 2. № 18. С. 87–95.

7. *Федорова Т.Ю.* Автобиография в XXI веке: текст как способ конструирования имиджа в пространстве массовой культуры // Региональные варианты массовой культуры. Материалы I-й межвузовской студенческой конференции. М.: Время, 2018. С. 160–168.