

**В. В. Васильева**

### **Внешность человека в текстах СМИ: эстетический аспект оценки**

Оценка внешности человека - это сложный комплекс представлений, опирающийся, с одной стороны, на укорененные (и формирующиеся) в исторически данной культуре эталоны, с другой – отражающий многоаспектный характер включенности человека в реальную действительность. Среди разнообразных аспектов оценки внешности человека выделяют собственно экзистенциальный, социальный, возрастной, психологический, эмоциональный и эстетический аспекты [3].

В эстетической оценке - как самостоятельном виде - все указанные аспекты выступают во взаимосвязи.

Положительная/отрицательная эстетическая оценка внешности может формироваться на основе любого элемента облика человека: деталей лица и тела, элементов одежды, характерных кинесических признаков (жестов, мимики, походки), внешних проявлений манеры поведения и пр.

Специфика выражения эстетической оценки внешности в СМИ связана, на наш взгляд, по меньшей мере с двумя моментами.

Во-первых, эта специфика определяется природой креолизованного текста - «сложного текстового образования, в котором вербальные и невербальные элементы образуют одно визуальное, структурное, смысловое и функциональное целое, нацеленное на комплексное воздействие на адресата» [4]. В креолизованном тексте невербальные компоненты играют самостоятельную текстообразующую роль [см., в частности, 2]. При этом фотографии выполняют не иллюстрирующую функцию, но выступают основой развертывания самостоятельных смысловых блоков. Случаи, когда фотография лишь иллюстрирует содержание вербального компонента, мы расцениваем сегодня как плохую организацию текста. В этом смысле можно провести параллель с требованиями, предъявляемыми к видеоряду в телевизионном репортаже: известно, что закадровый текст не должен дублировать содержание видеоряда.

Второй момент связан с жанровыми ограничениями, которые в свою очередь формируются на основе четко заданных коммуникативных задач, стоящих перед

журналистом и реализуемых им с опорой на стереотипы общественного сознания [о высокой степени стереотипизации эстетических оценок см. 6]. Ср.: *То что «Маска» за лучшую женскую роль присуждена Татьяне Маслаковой (Тоня), - это вещественное воплощение их веры в то, что не на красотках с обложек глянцевого журналов стояла и стоять будет русская земля* (ЛГ, № 15 (6318), 20-26 апреля 2011). Заметим, что о внешности героини (и актрисы!) читателю так ничего и не сообщается. Вообще отсылочный (ассоциативный) характер эстетических оценок внешности оказывается, самым распространенным приемом и в жанре «мягкой новости»: *Бренд Alexander Terekhov представил новую коллекцию. По словам Александра, его вдохновили образы известных женщин в мужской одежде — Марлен Дитрих, Франсуазы Саган, Кейт Мосс, Дайан Китон, Кэтрин Хепберн, Тильды Суинтон и Лайзы Миннелли в фильме «Кабаре». «Очень стильно и вполне современно!» — оценили пришедшие на показ гости* (Hello! № 14 (364) 4-11 апреля 2011).

«Эстетически воспринять тело, - заметил М. Бахтин, - значит сопережить его внутренние состояния, и телесные и душевные, через посредство внешней выраженности» [1]. Согласимся, что для целого ряда жанров СМИ вербализация подобных переживаний запрещена самой жанровой формой: жесткая новость, корреспонденция, репортаж, отдельные виды интервью, аналитические статьи и пр.

Известно, что воздействующий характер публицистического дискурса предполагает оценочность как неотъемлемый элемент общей интенциональной парадигмы [5]. Эстетическая же оценка, будучи особым видом оценочной квалификации, возникает как результат собственно эстетического переживания.

Самодостаточность эстетических переживаний подвергается сомнению в современном прагматическом мире, особенно в той его части, где в качестве объекта восприятия и интерпретации выступает действующий субъект – собственно человек. В журналистских публикациях человек предстает как часть события, всегда имеющего статус новости, вне которой человек не интересен автору, а значит – читателю. При этом наружность человека, которая, по М. Бахтину, выступает как «совокупность всех экспрессивных, говорящих моментов человеческого тела» [1], оказывается в зоне внимания пишущего журналиста чаще всего в рамках логической (реже риторической) аргументации. Ср.: *Папа <Борис Бекер > гордится сыном, любит проводить с ним время и фотографироваться. И это неудивительно: ребенок невероятно похож на своего родителя – те же светло-голубые глаза, пухлые губы и рыжие*

*волосы....старшие сыновья – темный, кудрявый Ноа или смуглый Элиас – оказались «другой породы», а на дочку Анну, точную копию Бориса, падает тень ее матери, с которой Беккер долго и мучительно выяснял отношения через суд (Hello! № 11 (361), 14-21 марта 2011).* Журналист прибегает к описанию внешности не с целью поделиться умилением, вызванным милыми детьми знаменитого теннисиста (тем более что материал включает выразительные, крупные фотографии семейства Бекера); его цель - напомнить читателю о скандальном разводе звездной пары и вызвать новую волну интереса к интригующему семейному скандалу.

Публикации в гляцевых журналах, статьи в таблоидах включают формальные элементы эстетической оценки внешности как минимальный компонент индивидуализации субъекта события. Отметим при этом, что «ключевой психоэмоциональной составляющей таблоидной разновидности публицистического стиля, ее текстообразующей категорией является фамиллярная тональность» [7, 55]. Элементы эстетической оценки выступают здесь, как правило, в форме клише: *Очаровательная бразильянка, одна из самых высокооплачиваемых моделей в мире – большая поклонница карнавалов в Рио-де-Жанейро; Через пару часов Наталья <Водянова> сверкала уже не пятками, а красотой на показе коллекции Givenchy (Hello!, 15.03.2011); В каждом магазине по две милостивые девочки - директор и продавщица (КП, 05.10.2004); Толстая и некрасивая отличница из Мирного говорить со мной не захотела по банальной причине: «Не хочу вылететь с первого курса» (КП, 08.08.2007); Девушки выглядели восхитительно, но хотелось как-то их прикрыть - дети же вокруг! (статья «Премия MTV стала победой бюстов над кино», КП, 04.21.2007).*

Прямое развернутое выражение эстетической оценки внешнего облика человека встречается в текстах, тематически предполагающих внешность как предмет обсуждения. Здесь журналист чаще представляет чужие впечатления, чем использует эстетическую оценку внешности как способ формирования у читателя определенного отношения к объекту оценки. Ср.: *Материал Гузели Агишевой «Шерше ля фам» (Труд, 07.03.2006) о том, какие женщины красивее - наши или заграничные, вызвал бурное обсуждение этого вопроса в интернете на сайте. Что касается узко тематических публикаций (косметология, пластическая хирургия, мода и пр.), в них, как правило, актуализируется связь внешней привлекательности с конкретным предметным аспектом. Ср.: внешность и здоровье: ... если женщина следует всем рекомендациям*

специалистов относительно питания, физической активности, оздоровительных процедур и ухода за кожей, то она **стареет красиво**; Британский ученый Мэтт Робертс ... предлагает принимать пищу в голом виде перед зеркалом. ... Обозрение своего **целлюлита и складок на теле** будет вызывать чувство неловкости и стыда (Первый национальный эстетический портал. <http://www.Inep.ru>); внешность и возможности макияжа: **Нет на свете косметики, которая сделает ваши глаза большими, широко распахнутыми или мистически завуалированными, погруженными в дымку загадочности**. Все это делает правильная техника нанесения средств макияжа («Женский журнал Beautynet — красота, мода, здоровье». <http://www.beautynet.ru>); внешность и мода: **Прическа «конский хвост» по-прежнему остается актуальной в сезоне 2011**. Выглядит такая прическа всегда **аккуратно** и в то же время **элегантно и по-деловому** («Модный журнал». <http://www.kvkstudio.ru>).

Понятно, что сама внешность человека – героя той или иной публикации – практически не нуждается сегодня в словесном описании: возможности полиграфии, установка на визуальную привлекательность издания, наконец – собственно природа креолизованного текста делают излишним «портрет персонажа» даже в тех жанрах, которые традиционно включали в себя этот элемент содержательной структуры, в частности портретный очерк и портретное интервью.

Но если фактографическая констатация внешних признаков человека заключена в самом наличии такого невербального компонента текста, как фотография, то эстетическая оценка внешности лежит в области реализации интенциональной задачи публицистического дискурса: читателю важно составить как можно более целостное и непротиворечивое представление не только о персонажах публикации, но и об авторском отношении к ним. И это отношение обнаруживается именно в невербальном компоненте креолизованного текста: расположенные на полосе фотографии передают ту или иную меру «впечатленности», демонстрируют отношение автора (авторов) к героям публикации.

Обратимся для примера к портретному интервью со знаменитой балетной парой. Авторское вступление начинается абзацем, содержащим оценку внешности героев: *Артем Овчаренко похож на всех своих героев сразу – и на Щелкунчика, и на Ромео, и на Петрушку, И на Графа Альберта из «Жизели». А Аня Тихомирова – на принцессу из детской сказки. Трогательную и нежную* (Hello! № 11 (361), 14-21 марта 2011). Полное представление о внешней привлекательности героев интервью дают

размещенные на общих с текстом полосах имиджевые фотографии, на которых танцовщики запечатлены в разных ракурсах и планах. При этом внешний облик, представленный фотоснимками, позволяет определенным образом интерпретировать взаимоотношение героев. Так, общая цветовая гамма одежды Артема и Анны воплощает гармонию отношений молодой пары; постановка в парном портрете (Анна, скрытая наполовину за спиной Артема, опирается рукой на его плечо) развивает мысль о «взрослости и мужской надежности» молодого танцовщика; серьезные лица на фото в студийном интерьере свидетельствуют о целеустремленности и ежедневном тяжелом труде; наконец, сценические улыбки в классическом па-де-де работают на традиционный образ звездной балетной пары. Обратим внимание, на то, что в фотографиях, выполненных командой профессионалов, находят отражение типизированные внешние признаки, по сути дела - стереотипы, связывающие внешность с чертами характера, спецификой деятельности. При отсутствии фотоснимков те же стереотипы могли бы быть реализованы в стандартном наборе оценочных высказываний в авторском вступлении (Анна и Артем *прекрасно смотрятся* вместе; *хрупкий* Артем – надежная опора для Анны; *следы усталости на лицах и радостные улыбки* последнего поклона и под.). Жанр портретного интервью, как известно, не предполагает прямых оценок и пространных рассуждений. Выстроенный автором вопросно-ответный ряд формирует у читателя определенное представление о героях, эстетическая же оценка их внешности формируется на основе фотографий, которые следует, по-видимому, относить не к иллюстрации, а к равноправному текстовому фрагменту, реализующему свою часть коммуникативной задачи.

Распределение функций между элементами креолизованного текста в аспекте эстетической оценки внешности обнаруживается не только в имиджевых жанрах и рекламно-информационных статьях.

Обращение к деловой прессе позволяет сделать интересные наблюдения. Отметим хотя бы тот факт, что в просмотренном нами целиком номере журнала «Коммерсантъ Власть» (№ 13 (917) 4 апреля 2011) отсутствует эстетическая оценка внешности человека в вербальных компонентах публикаций. Это отсутствие вербальной экспликации компенсируется здесь фотографиями героев публикаций в разных жанрах: имиджевых, документальных и репортажных портретных фото (одиночных, парных, коллективных). Так, например, исторический документальный

очерк о периоде коллективизации в СССР включает целый ряд архивных неперсонифицированных снимков: суровые лица крестьянок, поднимающих руки в голосовании «против колхоза»; худой бородатый крестьянин противостоит группе решительных молодых людей; скорбная фигура человека над останками сгоревших телег. Уже сам отбор фотографий представляет собой ясное оценочное высказывание, не нуждающееся в вербальном дублировании.

Принципиально иная функция эстетической оценки внешности реализуется в публикациях рассматриваемого журнале через репортажные портреты. Статья в жанре «отчет» в постоянной рубрике «Охотный ряд», посвященная деятельности Госдумы, имеет лид: *Третий месяц весенней сессии Госдумы ... депутаты посвятили заботе о ближних.... На ливийского лидера Муамара Каддафи запаса думской заботливости уже не хватило.* Ироничный тон статьи «Мартовские чтения», заданный лидом, поддерживается тремя репортажными фотопортретами, объединенными подзаголовком «Думский размах». Елена Драпеко, Константин Косачев и Владимир Жириновский «пойманы» фоторепортером в моменты активной жестикуляции, которая в контексте серьезной проблематики думских дискуссий выглядят весьма комично. Интересно, что в вербальной части публикации имена этих депутатов не названы, автор статьи не комментирует их участие в обсуждении думских проектов. Тем не менее запечатленные на снимках депутаты, являясь полноправными персонажами отчета, получают ироническую оценку, построенную на приеме комического сопоставления внешних характеристик персонажей (депутаты, размахивающие руками), языковой игры в подзаголовке «Думский размах» (переносное значение слова *размах* – широта, объем деятельности) и восстанавливающихся из подтекста прецедентных фразеологизмов *разводить руками, размахивать руками.*

Вербализованную эстетическую оценку внешности в деловом журнале «Коммерсантъ Власть» мы обнаружили только в одной публикации – трехполосном очерке о Людмиле Гурченко, написанном в связи со смертью актрисы. Понятно, что в очерке, описывающем жизненный путь известной и любимой многими актрисы, нельзя было обойти широко обсуждаемую тему «хирургического вмешательства» Гурченко в собственную внешность: *Героиня «Карнавальная ночь» с ее румянами, как наливные яблочки, щечками и присущим молодости ощущением, что время растяжимо, пела о том, как много можно успеть за длинные пять минут. А Людмила Гурченко, категорически не желавшая становиться «старой клячей», на поздних этапах своего*

*творчества стремилась остановить неумолимый ход времени, повернуть годы вспять и отменить физическое старение как факт.*

Автору удалось найти соответствующий обстоятельствам уважительный тон, используя эстетические оценки внешности Людмилы Гурченко как индивидуализацию внутреннего мира актрисы. Сопоставляя внешность Гурченко на двух, крайних этапах ее жизни, автор прибегает к прямому описанию внешности (*румяные, как наливные яблочки, щечки*) только в той части, где речь идет о времени молодости, когда личность актрисы еще не проявилась во всей полноте (автор использует идентифицирующую номинацию *героиня «Карнавальной ночи»*); прямое наименование через стандартное имя собственное (*Людмила Гурченко*), используемое автором во второй части, делает этически невозможным выражение эстетического впечатления от внешности актрисы, не желавшей признавать старения, факт которого, тем не менее, косвенно подтвержден автором статьи.

Говоря о внешности Людмилы Гурченко как об объекте эстетической оценки, не можем не привести пример крайне неэтичного журналистского поступка в журнале «Тайны звезд» (№16 (183, 13.04.2011)). Крупный план лица актрисы на фотографии, размещенной на всю полосу обложки журнала, не оставляет сомнений в том, что вниманию читателя представлен снимок человека, лежащего в гробу. Авторское «послание» интерпретируется однозначно: актриса прекрасна даже на смертном одре. Однако в данном случае эта эстетическая оценка была бы уместна в ее вербальном выражении. Отданная фотоизображению, к тому же помещенному в ударную позицию верстки (глянцевая обложка), она производит на читателя шокирующее впечатление и демонстрирует недопустимое расширение сферы интимного.

Два последних примера демонстрируют важный аспект выражения эстетической оценки внешности человека в текстах СМИ. В отличие от мира художественной литературы, мир массовой информации наполнен реальными людьми. Выразить свое впечатление от внешности героя публикации - значит оказаться в сфере субъективно-личностных отношений с человеком, открыто заявить, говоря словами М. Бахтина, о «переживании в себе другого».

Эстетическая оценка всегда субъективна (ср.: a judgment of taste в [8]). Эксплицируя свои впечатления от объектов природы, например, или от «неживых предметов», журналист предъявляет собственные вкусовые предпочтения. Понятно, что в отношении внешности человека выражение подобных впечатлений требует

особой осторожности. Так, заметив кстати, что «безобразные заводские руины все еще портят прекрасный вид на открывающуюся взору гладь водохранилища», журналист предоставляет читателю развернуть логическую цепочку *руины пора разобрать, чтобы пейзаж стал соответствовать канонам прекрасного, но X этого не делает*. При этом виновный в нарушении этих канонов X, являясь объектом критики, не становится объектом эстетической оценки. Иначе обстоит дело, например, в следующем фрагменте театральной рецензии: *Он <режиссер> извлек из французенки все, на что она способна сценически. А это – порочная внешность развращенной девочки-женщины и весьма приличное сопрано. Спектакль состоялся на вокале Птибо и ее «грязном» имидже растленного ребенка* (ЛГ, № 15 (6318), 20-26 апреля 2011). Как видим, делясь с читателем впечатлениями от внешнего облика своего героя, журналист неминуемо «переходит на личности» и рискует нарушить этические нормы коммуникации. Возможно, еще и поэтому вербальная экспликация эстетической оценки внешности человека встречается в текстах газет и журналов достаточно редко.

Подводя итоги, отметим, что воздействующая природа публицистического текста вызывает к жизни вопросы о системном характере связей элементов текста, участвующих в реализации персуазивной функции массмедиа. Анализ выражения эстетической оценки внешности человека в газетных и журнальных публикациях позволяет, с одной стороны, выявить специфические способы экспликации такой оценки, с другой – обнаружить новый тип системных связей компонентов креолизованного текста.

### Литература

1. Бахтин М. Автор и герой в эстетической деятельности. Проблема отношения автора к герою // Библиотека Гумер. Литературоведение. [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Literat/Baht\\_AvtGer/index.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Literat/Baht_AvtGer/index.php) (дата обращения: 16.06.2011).
2. Березин В. М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. М., 2003.
3. Богуславский В. М. Оценка внешности человека: Словарь. М., Харьков, 2004.
4. Ворошилова М. Б. Креолизованный текст: аспекты изучения // Политическая лингвистика. Вып. 20. Екатеринбург, 2006. С. 180-189.
5. Клушина Н. И. Стилистика публицистического текста. М., 2008.



6. *Мякишева Е. В.* Эстетическая оценка человека в современном русском языке: лингвистический и лингвокультурологический аспекты. Дисс.... канд. филол. н. Омск, 2009.
7. *Смирнова М. П.* Семейная тональность в текстах современных российских таблоидных изданий // Известия Уральского государственного университета. 2009. № 1/2(63). С. 50-56.
8. Aesthetic Judgment // Stanford Encyclopedia of Philosophy. <http://plato.stanford.edu/entries/aesthetic-judgment/#1.4> (дата обращения: 16.06.2011).

### **Аннотация**

Эстетическая оценка внешности человека рассматривается в статье в аспекте воздействующей функции СМИ. Установлено, что вербальная экспликация эстетической оценки внешности человека редко встречается в текстах газет и журналов, а журналист, прибегающий к прямому выражению эстетической оценки внешности человека, рискует нарушить этические нормы. Показано, что в структуре креолизованного текста представление внешности вынесено в невербальный компонент, который играет текстообразующую роль: фотографии выступают основой развертывания самостоятельных смысловых блоков, не дублирующих вербальный компонент текста. Распределение функций между элементами креолизованного текста обнаруживается в разных жанрах: имиджевых текстах, рекламно-информационных статьях, репортажах и пр. Вербальная экспликация эстетической оценки внешности используется в качестве рациональной аргументации и чаще всего имеет отсылочный (ассоциативный) характер.

**Ключевые слова:** воздействующая функция прессы, креолизованный текст, жанры СМИ, внешность человека, эстетическая оценка, фотография, вербальная экспликация.

**Viktoria V. Vasilieva**

### **A person's appearance in mass media: aesthetic aspect of estimation**

#### **Summary**

Aesthetic estimation of man's exterior is regarded in the aspect of persuasive function of the press. It is assumed that verbal explication of an aesthetic estimation of appearance of the person is rather rare in the texts of newspapers and magazines. However a journalist

applying direct expression of aesthetic estimation of a person's appearance risks breaking ethic standards. It is shown that explication of a person's appearance is given in a nonverbal text component which acts as text forming factor. Photos appear to be the basis of the development of semantic blocks which don't substitute verbal aspect of the text. Distribution of functions between the elements of a creolized text is discovered different genres: image texts, advertising-information articles, reports and others. A verbal explication of an aesthetic estimation of a person's appearance is used as the substantiated argument and often has an associative character.

**Keywords:** persuasive discourse of the press, a creolized text, a person's appearance, an aesthetic estimation, a photo, a verbal explication.

**Сведения об авторе:**

Васильева Виктория Владимировна, кандидат филологических наук, доцент.

Санкт-Петербургский государственный университет, факультет журналистики, кафедра теории речевой деятельности и языка массовой коммуникации, доцент.

E-mail: [yktirija@mail.ru](mailto:yktirija@mail.ru); моб.тел.: +79818200706.