

ПИСАЛ ЛИ ЧЕХОВ ОБ ИМИДЖЕ: К ВОПРОСУ ОБ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ТЕКСТОВ В КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИХ РЕКОНСТРУКЦИЯХ

Обоснована возможность привлечения классических художественных текстов в качестве источников для культурологической реконструкции социокультурной реальности и раскрытия содержания культурных феноменов прошлого. В рамках культурологического подхода приведены примеры литературно-художественной рефлексии феномена имиджа.

Ключевые слова: текст культуры; феномен имиджа; художественная рефлексия; культурологическая реконструкция; культурологический подход.

Современный культуролого-антропологический дискурс озабочен поиском инструментов и методик, позволяющих реконструировать живую ткань культур, отстоящих от нас во времени, раскрыть способ взаимопроникновения личностного и intersubъективного, обнаружить культурно-исторический компонент в пространстве жизненного мира единичной личности. Именно культурология с ее вниманием к деталям повседневности способна, на наш взгляд, решить сложнейшую задачу: объединить макро- и микроуровни существования человека.

Повседневная жизнь представляет собой «единственную значимую реальность», она «интерпретируется людьми и имеет для них субъективную значимость в качестве цельного мира» [1. С. 38], но именно она постоянно ускользает от исследователей и трудно поддается реконструкции. Имея слишком мало эмпирического материала, мы не способны представить, как ощущал себя человек другой эпохи в своей социокультурной реальности. Где же найти источник надежных фактов о жизни индивидуума конкретной культурно-исторической эпохи? Нельзя не учитывать тот факт, что большинство документов и материалов, традиционно привлекаемых наукой для реконструкции прошлого, сами являются продуктом многократного толкования и отражают процессы и явления схематично, искаженно, дробно, так как находятся под влиянием господствующих мифологем своего времени. Любая мифологема, «опыленная идеологией, подменяет реальность удобным объяснением этой реальности, при этом связь с реальностью не только утрачивается, но не осознается даже сама эта утрата» [2. С. 113–120]. А.С. Лаппо-Данилевский указывал, что попытка историка обобщить всегда приводит к исчезновению из исторического контекста индивидуальных состояний, которые должны быть признаны существенными, поскольку без психологического (на уровне индивидуума) истолкования исторического факта невозможно приблизиться к его пониманию [3. С. 162–166, 279]. М. Шелер считал чрезвычайно важным, подвергая анализу конкретные исторические «срезы», выйти за границы доктрин и теорий, вовлечь в сферу культурологического рассмотрения весь социокультурный опыт человека и сосредоточить свое внимание на мельчайших феноменах, которые позволяют понять, как на разных этапах своего бытия человек «себя мыслил, созерцал, чувствовал, рассматривал включенным в порядок бытия» [4. С. 71].

В поле зрения современного культурологического знания все чаще попадают явления, которые всегда присутствовали в ткани повседневной жизни, но редко подвергались рефлексии по причине их обыденности, привычности, знакомости. То, с чем мы постоянно имеем дело в повседневной реальности, редко вызывает удивление и интерес исследователя. Это тем более верно, если речь идет о телесных практиках, ведь отстраниться от собственного тела, взглянуть на него со стороны, осознать манипуляции с телом как продукт культуры и выражение ментальных представлений очень непросто. «Обыденность» и «привычность» таких феноменов мешают выхватить их из текучки повседневности, а ведь именно с этого начинается анализ любого явления.

Поскольку эти феномены всегда были растворены в реалиях повседневной жизни, большая часть из них долгое время не имела даже названия, (ситуация лексического запаздывания в отношении культурных феноменов встречается довольно часто), их содержание выглядело скорее метафоричным, чем научно-рациональным. По этой причине, обретя название, они начинают восприниматься нами как «сверхновые», хотя таковыми не являются. Ведь социальные феномены, встроенные в повседневное бытование человека, не начинают существовать в момент, когда появляется термин, фиксирующий тот факт, что человек, наконец, осознал их присутствие и значение в своей жизни.

О необходимости изучения таких феноменов «постоянно говорят, их исследования планируют, но мало кто берет на себя ответственность всерьез заняться этим» [5. С. 16]. Такие феномены часто имеют статус маргинальных, поскольку в их исследовании трудно выйти на уровень теоретических обобщений. Тем не менее в глазах исследователя культурных феноменов даже пища может быть предметом глубокого исследования, поскольку «пища – это система коммуникации, собрание образов, свод обычаев, ситуаций и поступков, различия в системе пищи и диететике имеют и экономическую, и даже идеологическую обусловленность» [6. С. 369–370].

Нередки случаи, когда идеи, имеющие значение для понимания природы таких «ускользающих феноменов», рождаются у авторов, которые не ставили перед собой задачи их осмысления. Еще чаще бывает, что такие суждения рождаются в художественных произведениях, поскольку писатель может позволить

себе удовольствие писать о них, не задумываясь о теоретизировании. Художественные тексты зачастую являются тончайшими выразителями ментальности своей эпохи, они позволяют раскрыть содержание культурных феноменов прошедших эпох, позволяют сравнить наше представление о них с представлениями наших предшественников. При этом научный интерес исследователя должен быть направлен на поиск таких «уловимых» и «осязаемых» элементов культуры, в которых совокупно отражаются смысловые структуры. Или, как говорил М.М. Бахтин, рассуждая о значимости образа в культуре, понять, как через образ происходит «овнешнение внутреннего и оживлении внешнего» [7. С. 366–367].

Художественный текст, сохраняя для нас образ, фиксируя его, подобно фотоаппарату дает возможность многих последующих, более поздних интерпретаций, которые с течением времени раскрывают в этом схваченном образе культурные смыслы, присущие данной эпохе. Речь идет именно о смыслах, поскольку только они являются «квантами культурного пространства» и через них выявляется «ментальная изнанка наличной эмпирии» [8. С. 69].

Современное знание еще не имеет достоверных методик реконструкции содержания культурных феноменов [9]. Наша попытка культурологической реконструкции смыслов основывается на важном представлении о том, что в современном дискурсе отсутствует классическая интерпретация текста как произведения, созданного конкретным автором, ибо текст – есть постоянный процесс смыслопорождения, часто уже не зависящий от автора-творца. На новом витке времени Читатель и Текст заново встречаются в новом вербально-дискурсивном пространстве, и процесс смыслообразования продолжается. Читатель, не являющийся современником автора и живущий в системе других парадигм, заново овладевает произведением, набрасывает на него свою систему смысловых координат и из пассивного потребителя превращается в производителя текста.

Не будем отрицать, что в современном научном дискурсе сохраняется и классическая парадигма Автор – Текст. Однако мы сосредоточим свое внимание на интерпретации текста как самостоятельного смыслопорождающего феномена, вне его прямой связи с автором. Мы хотим привести пример того, как подобные феномены становятся «героями» не научных, а художественных текстов, и обратиться к произведениям А.П. Чехова, Ф.М. Достоевского, Н.В. Гоголя, С. Мюссе, Г. де Мопассана. Этот список может быть продолжен именами А.Н. Островского, У. Теккерея, Стендаля и других представителей реализма этой эпохи, чье творчество сосредоточено на приемах социального детерминизма. Все они, на наш взгляд, дают пример блестящей рефлексии и вербализации того, что сегодня принято называть имиджем.

Имя А.П. Чехова в заголовке статьи является до некоторой степени метафорой и собирательным образом, поскольку именно Чехов обладал блестящей способностью превратить знак в смысл. Произведения А.П. Чехова пронизаны пониманием того, что каждая

деталь в облике человека социально нагружена и дает возможность соотнести его с той или иной группой или ролью в обществе. Так, «порывавшая от времени тальма» вырастает у Чехова в социальный знак, отражающий одновременно и наступившую бедность, и стремление сохранить былое достоинство, и утраченные связи с той средой, из которой когда-то вышла героиня [11. С. 269].

Феномен конструирования имиджа хотя и позиционируется сегодня некоторыми авторами как феномен XX в., на наш взгляд, имеет универсально-антропологический характер и может быть назван социокультурным рефлексом, имманентным бытованию человека. Процесс создания имиджа может быть описан как постоянный процесс телесно-знакового моделирования, т.е. использование человеком собственного тела для создания образов, выражающих смыслы, значимые в культуре. Типические или нормативные образы существуют в любом обществе. Они создаются по принципу конкурирующего отбора и трансформации. Возникающий в результате такого моделирования образ можно считать телесно-знаковым выражением ментальности конкретной культурно-исторической эпохи. При этом общество работает одновременно и как создатель образов, и как «фильтр, отсекающий чуждое и приводящий в соответствие с не рефлекслируемыми, но значимыми представлениями о важном, праведном, естественном, актуальном» [10. С. 90].

И здесь мы задаемся вопросом: присутствовало ли такое знание в смысловом универсуме предшествующей эпохи или мы являемся «первооткрывателями» сверхновых культурных феноменов? Естественно, само слово «имидж» не присутствовало ни в научном, ни в художественном дискурсе XIX в. Однако когда читаешь классиков, ясно, что речь идет именно об этом явлении, и совсем нетрудно провести четкие параллели с современным знанием о феномене имиджа.

Понятие «образа» становится основополагающим в отечественной и зарубежной литературе второй половины XIX в. Писатель или драматург создает сценический образ не только словами и поступками героя, но и упоминанием различных деталей его облика. Искусством создания цельного образа из россыпи отдельных деталей обладал английский писатель С. Мюссе. Перечисляя детали дорогого, но безвкусного наряда героини своего рассказа «Джейн», в котором сочетались *«черная соломенная шляпа и кружевная вуаль, золотая цепочка и прочные башмаки, очки в золотой оправе и несколько нижних юбок»*, он выносит ей безжалостный приговор: *«Безошибочно понимаешь, что перед тобой добропорядочное ископаемое из семейства наших богатых северных промышленников»*.

Мы существуем в реальности другого человека в виде цветовых пятен, звуков, силуэтов, движений. Эти визуальные знаки собираются в единый эмоционально окрашенный образ [12]. Однако этот образ не воспринимается в своем исходном виде, он дотраивается, видоизменяется и уже в таком превращенном виде начинает функционировать в социальных связях,

определяет их качество и характер. В рассказе Ф.М. Достоевского «Скверный анекдот» есть такая зарисовка: *«Он припомнил теперь молодого человека с длинным горбатым носом, с белобрысыми и клочковатыми волосами, худосочного и в невозможном до неприличия вицмундире. Он вспомнил, как у него мелькнула мысль, не определить ли ему десяток рублей к празднику для поправки. Но так как лицо этого человека было слишком постное, а взгляд крайне несимпатичный и вызывающий отвращение, то добрая мысль сама собой как-то испарилась».*

Современный человек, творя свой образ, не задумывается о его соответствии нормативным образцам, поскольку в современной клипово-мозаичной культуре их практически нет. В эпоху «восстания масс» единичный носитель культуры избавлен от любого давления извне и становится активным творцом своего образа. В отличие от него человек предыдущих столетий «жил как актер на сцене и подвергал свое поведение постоянному контролю, сверяя его с общепринятыми нормами и образцами. Он нес на себе груз культурных обязательств, связанных с подобающей одеждой, прической, поведением» [13. С. 152–166]. Вот несколько примеров, подтверждающих такое отношение к образу. У В.А. Соллогуба в повести «Большой свет» находим: *«В большом свете есть такие вещи, которые нельзя не иметь: скорее сделать дурное дело, скорее украсть, скорее умереть со стыда, чем сознаться в своем недостатке... Житель степной деревни не может постигнуть, сколько грядущих урожаев уничтожается в один вечер для пустой чести занять почетное место между людьми».* У Мопассана в «Милым другом» сходное представление о необходимости жесткого соответствия общепринятым нормам: *«У тебя нет фрака? Вот тебе на! В Париже, к твоему сведению, лучше не иметь кровати, чем фрака».*

Особое внимание уделялось ритуализированному поведению, которое строго регламентировалось. Тот же В.А. Соллогуб в повести «Аптекарьша» так описывает поведение своего героя: *«С мужчинами он был учтив, но не искателен; он только соизмерял свою учтивость и поклоны с уменьшением номера класса и с увеличением знаков отличия, так что Анне с короной он кланялся с развязной улыбкой, а Андрею Первозванному – с чувством глубокого почтения».* Н.В. Гоголь в поэме «Мертвые души» упоминает о существовании огромного количества особенностей, различий и оттенков поведения в свете, при котором *«с помещиком, имеющим двести душ, будут говорить совсем иначе, чем с тем, у кого их триста, а с тем, у кого их триста, будут говорить опять не так, как с тем, у кого их пятьсот... – словом, хоть восходи до миллиона, все найдутся оттенки».* Мопассан, описывая своего Дюруа, рисует, как *«он принялся, точно актер, разучивающий роль, репетировать перед зеркалом. Он улыбался, протягивал руку, жестикулировал, старался изобразить на своем лице то удивление, то удовольствие, то одобрение...».* Нельзя при этом не вспомнить, как тщательно репетировал свои гримасы перед зеркалом и делал антраша Чичиков.

Умение одеваться в соответствии с приличиями возводится в произведениях О. де Бальзака в ранг искусства и жизненной философии: *«Пустой человек украшается, только умный человек умеет одеваться. Истинно светский человек должен проходить среди толпы так, чтобы его не замечали... чтобы быть совершенно похожим на других и в то же время отличаться неуловимой печатью тона и приличия: пусть он будет не узан толпой – его узнают и замечают свои».*

Если рассмотреть имидж в контексте теории информации А. Моля, то его можно представить как сложное информационное сообщение, которое состоит из «конечного упорядоченного множества элементов восприятия, взятых из некоторого набора и объединенных в некоторую структуру» [14. С. 40]. В этом сообщении можно выделить следующие наборы элементов:

- *элементы, связанные с движением:* элементарные жесты, элементарная мимика, мускульная техника, дыхание, положения тела в пространстве, ритм дыхания;

- *элементы, связанные со зрительными опциями:* формы, объемы, размеры, пропорции, расстояния, цветовые пятна, оттенки, игра светотени;

- *элементы, связанные с вокально-вербальной сферой:* произношение, благозвучие, ассонанс-диссонанс, ритм, паузы, интонации, темп.

Современный исследователь имиджа А.Ю. Панасюк ввел понятие имиджформирующей информации, подробно рассмотрел механизм превращения имиджформирующей информации в мнение о носителе имиджа. Его заслугой является и то, что он выявил роль сфер сознания и подсознания в процессе формирования имиджа и показал, что для создания положительного отклика на образ необходимо влиять одновременно на обе сферы – сознание и подсознание, уделяя особое внимание сфере подсознания. Он же выделил структурные компоненты имиджа в соответствии со сферами, их образующими (габитарный, кинетический, вербальный, средовой, овеществленный), а также их взаимосвязь [15]. Если мы обратимся к рассказу А.П. Чехова «Общее образование», то не без восхищения заметим, что Чехов с удивительной точностью, устами своего героя, не только системно и структурированно перечисляет все компоненты имиджа, но и с точностью профессионального консультанта объясняет значение каждого из них в передаче смыслов и формировании эффективной коммуникации между врачом и пациентом. Налицо не только вышеперечисленные компоненты, но и примеры того, как *«вся эта механика устроена».*

В рассказе автор пересказывает диалог двух врачей, один из которых, немец Осип Францыч, имеет собственные дома и массу самоуверенности, а другой, Петр Ильич, *«яко наг, яко благ, яко нет ничего».* Оба они *«в училище курс кончили, вместе работали, оба недурно зубы рвать умеют»*, но какая между ними разница из-за того, что Петр Ильич *«не имеет, общего образования, апломба»*, а говоря современным языком, навыка формирования и продвижения собственного имиджа в глазах пациентов.

Чехов, устами своего героя, начинает с утверждения о необходимости приличной обстановки (средового имиджа), поскольку «публика только по ней и судит». Обстановка включает в себя: «подъезд, бархатную мебель, вывеску с медалями, электрические звонки, кресло с фокусами на винтах, машину для веселящего газа». Для усиления впечатления об учености доктора он предлагает добавить элементы «страшные и таинственные», такие как «череп, кости, банки с адамовыми головами, инструменты», которые «чем крупнее и страшнее, тем лучше». Продолжением успешного имиджа является коляска, поскольку транспортное средство едва ли не с момента своего появления стало не только функцией, но и статусным знаком.

Чтобы усилить овеществленный имидж, Осип Францыч, проявляя чудеса практического смысла, советует «издать брошюрку “О содержании зубов”, изобрести зубной порошок и продавать его в коробочках со штемпелем и предостережением опасаться подделок, эликсир какой-нибудь наболтать, продавать зубные щетки». Особое внимание он уделяет объявлениям и считает, что от «простых объявлений мало толку, поэтому нужны объявления с фокусами: с зубами и без зубов», а еще лучше «текст напечатать вверх ногами» и «просить публику не смеивать его с другими дантистами».

Опытный и успешный доктор Осип Францыч обстоятельно объясняет, как нужно «обращаться с публикой». И здесь он демонстрирует не только удивительное знание жизни (роль подсознания в коммуникации), но и ясное представление о таких составляющих имиджа, как речь, интонация, позы, жесты, мимика. Сам он прекрасно понимает, как пациент расшифровывает знаки, которые врач демонстрирует в общении. Поучая своего незадачливого коллегу, он объясняет, что ученый человек «должен держать себя по-ученому», поэтому сам он «разговаривает авторитетно, любит философствовать». С посетителями, «будь то барыня или кто другой», он слов не тратит и пользуется только жестами: молча указывает на кресло. Это означает, что «ученым, мол, людям некогда разговаривать». В зубе, «даже если там чепуха», он советует «копаться долго, с расстановкой», раз десять всунуть зеркало в рот, поскольку именно длительность и повторяемость действия трансформируется в представление о том, что «их болезнями долго занимаются». Осип Францыч умеет «величественно и трагически» произносить хорошо зарекомендо-

вавшие себя в общении с пациентами формулы как то: «мой долг облегчить ваши страдания», «прошу относиться ко мне с доверием».

Кроме этого, в рассказе есть поражающее своей глубиной замечание, сделанное Чеховым вскользь: «Публика нынче хоть и образованная, но дикая и бессмысленная. Для нее все доктора. И Боткин доктор, и я доктор, и ты доктор». Что означает это наблюдение? А вот что: независимо от степени образования, жизненного опыта, способности к анализу, человек всегда находится в плену зрительных образов, которым он неосознанно доверяет больше всего. Так, знаки почтенного возраста превращаются в представление об опытности доктора и человека вообще, а молодость, наоборот, воспринимается как недостаток профессионализма и жизненного опыта. Значимость зрительных образов в жизни человека трудно преувеличить. Примат зрительного восприятия является важнейшей биологической особенностью когнитивной деятельности человека, которая приводит к их непревзойденной значимости в социально-культурных контактах. Человеческий взгляд – это мгновенное соотношение внешней формы и содержания, проникновение в сущность опознаваемого объекта. Зрение несет нам информацию не только о внешних характеристиках объекта: через внешние очертания мы проникаем внутрь познаваемого объекта. Ведь еще Сократ замечал, что абсолютно все – «здоровье, силу, прекрасное и доброе мы обнаруживаем только с помощью тела, доверяя зрению, слуху и другим телесным свойствам», которые являются «нашими единственными спутниками в познании» [16. С. 90]. Чехов настаивает на профессиональном умении врача «подладиться под характер публики», иначе «будь ты хоть распрепрофессор, она скорее к коновалу пойдет, чем к тебе». Это умение (а по сути речь идет о целенаправленном использовании профессионального имиджа в коммуникации) он ставит выше всех других узкопрофессиональных навыков. Вызывает восхищение и само название рассказа «Общее образование». Не найдя специального термина, Чехов поднимает интуитивное умение формирования своего образа до уровня феномена, которому трудно дать имя, но который представляет собой процесс социальной репрезентации единичной личности в социокультурном пространстве своей эпохи, выражает значимые культурные смыслы и может быть назван культурным кодом своей эпохи.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. М. : Медиум, 1999.
2. Климова С.М., Губарева О.В. Миф и симулякр // Человек. 2006. № 6. С. 113–121.
3. Лаппо-Данилевский А.С. Методология истории : в 2 т. М. : РОССПЭН, 2010. Т. 1.
4. Шелер М. Человек и история // Избранные произведения. М. : Гнозис, 1994.
5. Ле Гофф Ж., Трюон Н. История тела в средние века. М. : Текст, 2008.
6. Барт Р. К психосоциологии современного питания // Система моды. М. : Изд-во им. Сабашниковых, 2003.
7. Бахтин М.М. Достоевский // Собр соч. : в 7 т. М. : Русские словари, 1996. Т. 5.
8. Пелипенко А.А. Рождение смысла // Личность. Культура. Общество. 2007. Вып. 3 (37). С. 69–78.
9. Черёмушников И.К. «Ускользающий феномен»: к вопросу о методе исследования имиджа // Философия социальных коммуникаций. Научный теоретический журнал ВИАСП. Волгоград, 2011. № 1 (14). С. 123–130.
10. Яковенко И.Г. История в общекультурном контексте: проблемы бытования форм исторического сознания // Личность. Культура. Общество. Т. XI, вып. 4. № 51–52. С. 89–100.
11. Кирсанова Р.М. Костюм в русской художественной культуре. М. : Большая Российская энциклопедия, 1995.

12. Петрова И.А., Черёмушников И.К. Роль цвета в познании и оценке человека человеком // Свет и цвет в экономике и обществе / под ред. О.В. Иншакова. Волгоград, 2008.
13. Дубницкий Д. Особенности мотивации в современной культуре // Символы, образы и стереотипы современной культуры : сб. науч. ст. СПб. : Эйдос, 2000. С. 152–166.
14. Моль А. Теория информации и эстетическое восприятие. М. : МИР, 1966.
15. Панасюк А.Ю. Формирование имиджа: стратегии, психотехники, психотехнологии. М. : Омега-Л, 2007.
16. Ксенофонт. Воспоминания о Сократе // Памятники мировой эстетической мысли : в 2 т. М. : Изд. АХ СССР, 1962. Т. 1.

Статья представлена научной редакцией «Культурология» 24 апреля 2015 г.

DID CHEKHOV WRITE ABOUT THE IMAGE PHENOMENON: ON THE EXPLOITING OF THE CLASSICAL LITERARY TEXTS FOR CULTURAL RECONSTRUCTIONS

Tomsk State University Journal, 2015, 396, 64–68. DOI: 10.17223/15617793/396/11

Cheremushnikova Irina K. Volgograd State Medical University (Volgograd, Russian Federation). E-mail: inhabitus@mail.ru

Keywords: text of culture; phenomenon of image; literary reflection; cultural reconstruction; cultural approach.

Contemporary culture-anthropological discourse is concerned with the search of instruments and methods which make it possible to reconstruct the cultural space of historical epochs, to reveal the cultural-historical component in the individual, to unite the macro- and micro-levels of human existence. Having too little empirical material, one is not capable to realize how a person of a different historical epoch existed in their socio-cultural reality. The phenomena that have always been present in the daily life and have never been recognized because of their “triviality” are brought in the focus of contemporary culture discourse more and more frequently. We call them “disappearing phenomena”. The phenomenon of image is one of them. The phenomenon of the construction of image has a universal anthropological nature and can be represented as a social reflex. The process of image construction can be described as an expression of general cultural senses by means of body-signs. This image (typical model) can be considered as an expression of the mentality of a concrete historical epoch. It is known that most of the documents and materials we usually use for the cultural reconstruction of the past are themselves a product of interpretation, so they reflect cultural processes and phenomena schematically. At the same time many ideas important for understanding of the nature of the so called “disappearing phenomena” can be found in the texts of the authors who never intended to investigate them. Still it is more common that some important ideas appeared in literary texts which are the finest and most precise reflection of everyday life and mentality. They make it possible to restore the living tissue of the culture of the bygone epochs. The literary text as a photo camera fixes and preserves some moments of life for us and gives an opportunity of many following cultural interpretations which reveal cultural senses of the past for us. In the article, some examples from the classical literature of the 19th century are represented. These examples reveal the ideas about the methods and the importance of the construction of the individual image for effective communication. Contemporary people are absolutely unrestricted in the process of creating their image, but man of the previous centuries was under total cultural pressure. S/he felt as an actor on the stage and was to subject their behavior to constant control, comparing it with the adopted standards and models. Their image was subjected to the cultural obligations, connected with the conventional clothing, hairstyle, etiquette. The contemporary science states that we exist in the mind of another person in the form of color spots, sounds, silhouettes, movements. These visual signs are assembled into a united emotional image. However, this image is not only received, but also transformed and in such a modified condition participates in social contacts, determines their quality and nature. The same ideas are found in the literature of the 19th century. Although authors did not use the term “image” and did not investigate the process of image construction particularly, it is absolutely clear that their literary texts reflect the notions of this phenomenon. This gives us confidence in the fact that literary texts are invaluable sources for cultural and historical reconstructions.

REFERENCES

1. Berger, P. & Luckmann, T. (1999) *Sotsial'noe konstruirovaniye real'nosti* [The Social Construction of Reality]. Moscow: Medium.
2. Klimova, S.M. & Gubareva, O.V. (2006) Mif i simulyakr [Myth and simulacrum]. *Chelovek*. 6. pp. 113–121.
3. Lappo-Danilevskiy, A.S. (2010) *Metodologiya istorii* [Methodology of History]. Vol. 1. Moscow: ROSSPEN.
4. Scheler, M. (1994) *Chelovek i istoriya* [Man and history]. In: Scheler, M. *Izbrannyye proizvedeniya* [Selected Works]. Moscow: Gnozis.
5. Le Goff, J. & Truong, N. (2008) *Istoriya tela v srednie veka* [History of the body in the Middle Ages]. Moscow: Tekst.
6. Barthes, R. (2003) *K psikhosotsiologii sovremennogo pitaniya* [To the psychosociology of modern nutrition system]. In: Barthes, R. *Sistema mody* [Fashion]. Moscow: Izdatel'stvo im. Sabashnikovyykh.
7. Bakhtin, M.M. (1996) *Dostoevskiy* [Dostoevsky]. In: Bakhtin, M.M. *Sobraniye sochineniy* [Collected Works]. Vol. 5. Moscow: Russkie slovari.
8. Pelipenko, A.A. (2007) *Rozhdeniye smysla* [Birth of sense]. *Lichnost'. Kul'tura. Obshchestvo*. 3(37). pp. 69–78.
9. Cheremushnikova, I.K. (2011) “Uskol'zayushchiy fenomen”: k voprosu o metode issledovaniya imidzha [The “disappearing the phenomenon”: the question of the method of study of the image]. *Filosofiya sotsial'nykh kommunikatsiy*. 1 (14). pp. 123–130.
10. Yakovenko, I.G. (2009) *Istoriya v obshchekul'turnom kontekste: problemy bytovaniya form istoricheskogo soznaniya* [History in the general cultural context: the problem of existence of the forms of historical consciousness]. *Lichnost'. Kul'tura. Obshchestvo*. XI, 4 (51–52). pp. 89–100.
11. Kirsanova, R.M. (1995) *Kostyum v russkoy khudozhestvennoy kul'ture* [Costume in the Russian artistic culture]. Moscow: Bol'shaya rossiyskaya entsiklopediya.
12. Petrova, I.A. & Cheremushnikova, I.K. (2008) *Rol' tsveta v poznanii i otsenke cheloveka chelovekom* [The role of color in the knowledge and evaluation of a person by a person]. In: Inshakov O.V. (ed.) *Svet i tsvet v ekonomike i obshchestve* [Light and Color in the economy and society]. Volgograd: Volgogradskoe nauchnoe izdatel'stvo.
13. Dubnitskiy, D. (2000) *Osobennosti motivatsii v sovremennoy kul'ture* [Features of motivation in modern culture]. In: Moreva, L. (ed.) *Simvol, obrazy i stereotipy sovremennoy kul'tury* [The characters, images and stereotypes of modern culture]. St. Petersburg: Eydos.
14. Moles, A. (1966) *Teoriya informatsii i esteticheskoe vospriyatie* [Information theory and aesthetic perception]. Moscow: MIR.
15. Panasyuk, A.Yu. (2007) *Formirovaniye imidzha: strategii, psikhotehniki, psikhotehnologii* [Formation of image: strategy, psychotechniques, psychotechnology]. Moscow: Omega-L.
16. Xenophon. (1962) *Vospominaniya o Sokrate* [Memoirs of Socrates]. In: *Pamyatniki mirovoy esteticheskoy mysli* [Monuments of World Aesthetic Thought]. Vol. 1. Moscow: Izd. AN SSSR.

Received: 24 April 2015