



- ¹⁰ Также, если мы посмотрим на значение образа стекла в контексте всего сборника, нам откроется его «неуязвимость» для холода. Например, в стихотворении «Это ряд наблюдений. В углу тепло...» есть слова: «Вода представляет собой стекло» (278). То есть в стихотворении стекло – это замерзшая вода, а холод – это создатель льда. Поэтому холод не может причинить вреда стеклу.
- ¹¹ Глазунова О. Мотивы оледенения и конца жизненного пути в поэзии И. Бродского 80-х годов (о стихотворении «Эклога 4-я (зимняя)») // Рус. литература. 2005. № 1. С. 241–352.
- ¹² Г.Я. Седов (1877–1914) – популярный в советские годы и известный каждому полярный исследователь, организатор первой русской экспедиции на Северный полюс, так и не достигшей своей цели, продвинувшейся к ней всего лишь на сотню километров. Умер во время этой экспедиции. Здесь важен как образ человека, «убито-

го» Севером, краем, которому был предан и который стремился постичь.

- ¹³ Например, при переводе стихотворения «То не муза воды набирает в рот...» (М.Б.) – «Folk tune» – «Варяг» меняется на «Тирпиц» (хотя в этом случае и не совсем удачно).
- ¹⁴ Роберт Фалкон Скотт – один из первооткрывателей Южного полюса в 1912 году. Во время возвращения назад все члены экспедиции, включая самого Скотта, погибли.
- ¹⁵ Ветер, налетающий на траву, передается звуковым образом стихотворения – постоянно встречающимся звуком «у», напоминающим завывание ветра: «Узнаю этот ветер, налетающий на траву».
- ¹⁶ Подобная же ситуация возникает при переводе стихотворения «Ты забыла деревню, затерянную в болотах...».

УДК 821.111.09-31+929Кинселла

ПОВСЕДНЕВНОСТЬ ШОПОГОЛИКА

И. В. Кабанова

Саратовский государственный университет
E-mail: ivk77@hotmail.com

На материале «Тайного мира шопоголика» (2000) Софи Кинселлы рассматривается жанровая формула новой разновидности женского романа, так называемой «чик-лит», и образ героини романа как социологический портрет шопоголика.

Ключевые слова: Софи Кинселла, чик-лит, шопоголик.

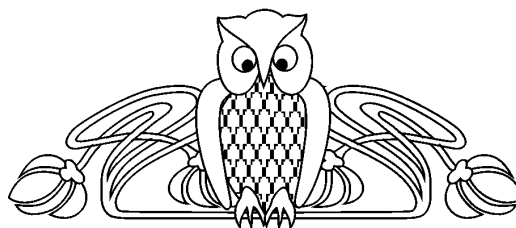
The Routine of a Shopaholic's Life

I. V. Kabanova

Sophie Kinsella's «Confessions of a Shopaholic» (2000) is looked into as a genre model of «chic-lit», and the main character is analyzed as a psychological and sociological study of the phenomenon of shopaholicism.

Key words: Sophie Kinsella, chic-lit, shopaholic.

Повседневная жизнь западного человека наших дней, эпохи позднего «общества потребления», обязательным компонентом содержит шопинг, походы и поездки за покупками в магазины, универмаги, молы, аутлеты и прочие храмы потребления. При этом шопинг, помимо удовлетворения материальных потребностей, приобретает новые функции: социального общения, самовыражения, самоутверждения, а на исходе прошлого века в английском языке появилось новое слово, «шопоголизм», для обозначения покупкомании, магазинной зависимости, которую социологи признают нарастающей проблемой. Согласно их исследованиям, шопоголизму больше подвержены женщины, поэтому неудивительно, что женская литература первой отобразила это явление. В русский язык слово «шопоголик», пока



не зафиксированное ни в русских, ни в английских толковых словарях, проникло благодаря романам английской писательницы Софи Кинселлы (псевдоним Мадлен Уикхэм, р. 1969).

Софи Кинселла по праву пользуется славой «королевы чик-лита», «литературы для цыпочек», моду на которую открыла Хелен Филдинг «Дневником Бриджет Джонс» (1998). Кинселла – выпускница Оксфорда; она начинала в финансовой журналистике, в 1994–2001 гг. опубликовала семь очень успешных романов под своим собственным именем, прежде чем в 2000 г. подала своим издателям рукопись первого романа «Софи Кинселлы» из саги о шопоголике. «Тайный мир шопоголика» (2000) сразу стал международным бестселлером; последующие события в жизни полюбившейся читателям героини Ребекки Блумвуд излагают продолжившие серию шесть романов, последний из которых вышел в свет в 2010 году.

В романах Кинселлы присутствуют все компоненты этой новой разновидности женской литературы: «дела и дни» современной молодой женщины, которая строит карьеру и ищет спутника жизни; автобиографический элемент; повествование от первого лица в настоящем времени; преобладание женских персонажей; легкий, разговорный, комический стиль. Героини подобных романов – девушки с дипломом о высшем образовании, с художественными претензиями, с традиционной системой моральных и семейных ценностей – в отличие от героинь традиционного любовного романа не связывают свое счастье исключительно с соединением с любимым муж-



чиной. В «чик-лит» счастливый брак – возможная, но не обязательная развязка сюжета. Наследуя от предшествующего жанра любовного романа налет сказочности, прототипический сюжет о Золушке, «чик-лит» отражает поиски современной женщиной альтернативных путей самореализации, не сводящихся к исполнению традиционного идеала жены и матери. С социологической точки зрения, этот жанр фиксирует новые типы поведения, взаимоотношений, привычек и зависимостей личности, живущей в эпоху расцвета потребительского общества, и делает это исключительно на материале повседневной жизни.

Героиня «Тайного мира шопполика», двадцатипятилетняя Ребекка Блумвуд, терпеть не может свою работу финансового журналиста в лондонском журнальчике «Удачные сбережения», работу, которая приносит ей 21 тысячу фунтов в год. Покупками она заполняет внутреннюю пустоту от унылой работы, от неудач в личной жизни. Ребекка начинает жить, переступая порог магазина – тут включаются ее эмоции, ее интеллект и воображение, она знаток рынка женской одежды, обуви, косметики. Она отождествляет себя с тем, что носит. Автопортреты героини в романе не содержат конкретных деталей ее внешности, а только перечисления того, что в этот день на ней надето, с упоминанием брендов.

В момент покупки и последующей примерки обновки дома Ребекка испытывает эйфорию, а на завтра все повторяется опять: тревога и томление перед витриной, решительный бросок в магазин; быстрый сеанс самовнушения с целью оправдать незапланированные покупки, восторг до дрожи в момент оплаты и вскоре вновь потребность пройтись по магазинам. Этот поведенческий пэттерн определяет сюжет романа: героиня выстраивает свой рабочий день так, чтобы иметь возможность забежать в магазин, ее сближение с будущим мужем-миллионером происходит, когда она помогает ему выбрать чемодан. Характерно, что в этой сцене она думает в равной мере о своем спутнике и о шопинге, и озарение, которое на нее нисходит, касается не первого, а второго: «Я была уверена, что в моем шопинге регулярности и разнообразия не меньше, чем у других. Надо вам сказать, я на этом деле собаку съела. Но посмотрите, чего я себя лишала все это время? Страшно подумать, сколько возможностей упущено. Чемоданы, дорожные сумки, шляпные коробки с монограммой... Коленки подкашиваются. Я присаживаюсь на покрытый ковром пьедестал, рядом с кожаным несессером.

Как я могла не замечать багаж? Как могла обойти вниманием *целый рыночный сектор?*»¹. Как характерно для этой новой женской литературы, что коленки девушки подкашиваются не от близости мужчины, а от осознания новых возможностей шопинга.

Кинселла рисует классические симптомы шопполизма и вскрывает его механизмы. Покупая очередную ненужную вещь, Ребекка испытывает

уколы совести и изобретает себе оправдания: мол, это вложение в карьеру, это работает на ее имидж. Она – жертва акций и распродаж, перед которыми не может устоять. Шопполизм стал массовым явлением, когда в обиход вошли кредитные карты, виртуальные деньги – известно, что оплата наличными ведет к снижению расходов, тогда как оплата кредиткой ведет к бесконтрольным тратам; кредитка создает короткую иллюзию богатства, всемогущества. Роман открывается сценой, в которой Ребекка просматривает присланную из банка распечатку по кредитке, и выясняется, что она не помнит половины своих покупок. Такая избирательная забывчивость может служить симптомом расстройства личности, но в силу распространенности шопполизма психиатры, предлагающие курсы лечения от него, избегают говорить о шопполизме как об одержимости-компulsive синдроме; его чаще ставят в один ряд с алкоголизмом и наркозависимостью, но последствия для личности в любом случае тяжелы.

Героиня знает, что ей надо сократить расходы. В течение целой недели она пытается жить по новым правилам и начинает с того, что покупает стильный блокнот для записи расходов, ручку, термос, чтобы пить кофе на работе, не бегая в кофейню, и заодно – кофемолку. Неубедительная попытка экономить заканчивается магазинной оргией на выходных, когда Бекки с лихвой вознаграждает себя за вынужденный аскетизм и больше уже не подвергает себя подобным испытаниям.

Самодостаточность героини проявляется больше в моральном плане, чем в мире материальном, в котором ей помогают родители, богатая лучшая подруга, в чьей квартире она живет почти даром, да и встречается она с двумя мужчинами из списка самых богатых женихов Британии.

Повседневность героини и состоит из чередования восторгов в магазинном раю и угрызений совести за то, что она загоняет себя в финансовый тупик. Автор вскрывает модель поведения шопполика. Сначала – влечение в магазин: «Мне нужна какая-нибудь мелочь, чтобы приободриться. Футболка или что-то еще. Да хоть зубная паста. Мне *нужно* что-нибудь купить. Много тратить не буду. Просто войду и... Я открываю двери. Господи, какое облегчение. Это тепло и этот свет. Вот где мой мир. Моя среда обитания»². А вне магазинов Ребекку преследуют чувства вины и страха: «В понедельник я просыпаюсь очень рано и сразу ощущаю какую-то внутреннюю пустоту. Взгляд на мгновение цепляется за кучку неоткрытых пакетов из магазина, стоящих в углу, но я сразу отвожу глаза. Я знаю, что в субботу потратила слишком много, непростительно много денег. Я знаю, что не должна была покупать две пары сапог и фиолетовое платье. Всего я потратила... нет, не хочу даже думать об этом. Быстро заставляю себя подумать о чем-нибудь другом. О чем угодно.

Я стараюсь игнорировать две занозы, засевшие в душе, – Вину и Страх»³.



Ребекка ведет себя как безответственный ребенок, прячущийся от неприятностей: обвиняет во всем банковских служащих, лжет, бросает трубку телефона, выбрасывает нераспечатанные письма из банков, прячется у родителей. Серьезность ситуации доходит до нее только тогда, когда она перестает получать привычное удовольствие от покупок: «Каждый раз, когда сдергиваю с полки очередную вещь, меня накрывает волна восторга, как вспышка салюта. И на несколько секунд все кажется прекрасным. Но потом искры гаснут, я снова погружаюсь в холодную мглу и лихорадочно оглядываюсь в поисках чего-то еще. Огромная ароматизированная свеча. Ароматический гель для душа и молочко для тела. Мешочек сухой отдушки. Беру того, и другого, и третьего. И всякий раз – теплая вспышка света, а потом снова тьма. Вот только вспышки все слабее и слабее. Ну почему это приятное ощущение не задерживается? Почему мне не становится радостнее?»⁴.

В этот момент оказывается, что покупки она оплатить не может – заблокированы все ее кредитки. Шопоголик испытывает максимум унижения, когда остальные покупатели и продавцы с презрением смотрят на человека, стоящего у кассы без денег. Из рая, где осуществлялись любые желания, магазин превратился во враждебное пространство бессилия. После чего Ребекка проходит нижнюю точку отрицательных эмоций: «Я вдруг осознаю, что скатилась на самое дно. Что у меня есть? Ничего. Абсолютно ничего. Я не в состоянии распоряжаться своими деньгами, я не в состоянии выполнять свою работу, и у меня нет мужчины»⁵.

Ситуация разрешается, как положено в женском романе, волшебным образом: исключительно благодаря своим личным качествам и некоторому везению через пару дней Ребекка получает работу телеведущей, ужинает с Люком Бренденом в «Ритце» и наутро набирается смелости позвонить своему банковскому менеджеру – с тем, чтобы отменить назначенную с ним встречу.

В следующих романах о шопоголике Кинселла продолжает художественное исследование этого социального феномена по схеме, впервые опробованной в «Тайном мире шопоголика». Ребекка успевает побыть финансовым консультантом на телевидении, персональным помощником по шопингу в модном нью-йоркском универмаге «Барниз» и устроить сразу две свадьбы с Люком и стать матерью, но не в силах излечиться от своего пристрастия, которое начинает выглядеть естественной, органичной частью современной жизни. Забавный, ироничный, социологически точный портрет героини дается на плотном, детализированном фоне повседневности. Гламурные бренды и магазины – такая же часть этой повседневности шопоголика, как ее обратная сторона – ощущение ужаса и пустоты перед шкафом, из которого сыплются нераспечатанные пакеты из магазинов.

Примечания

¹ Кинселла С. Тайный мир шопоголика / пер. А. Корчагиной. М., 2010. С. 213.

² Там же. С. 280.

³ Там же. С. 187.

⁴ Там же. С. 281–282.

⁵ Там же. С. 299.