

УДК: 141.72/.78

Татьяна Тесленко

(г. Днепр)

ВНЕШНИЙ ОБРАЗ ЖЕНЩИНЫ КАК РЕАЛИЗАЦИЯ ДИХОТОМИИ «ДУХ-ТЕЛО» В КУЛЬТУРЕ ПОСТМОДЕРНА

Амбівалентність «внутрішнього» і «зовнішнього», як набору властивостей та якостей, яких очікують від чоловіків та жінок, репрезентуючись у множині «нестабільних» дискурсів класичної філософії, і сьогодні базується на принципах онтологічного дуалізму. Парадоксально, проте, «інтернальна» за своєю фізіологічною природою жінка у різні культурні епохи набуває цінності, які визначаються головним чином своїми зовнішніми властивостями та якостями.

Ключові слова: амбівалентність, бінарна опозиція, дихотомія, контекст, наратив, парадигма, постмодерн.

Как справедливо пишут исследователи, понятие духовности открывает огромное пространство для интерпретации [1]. Со времен Платона и Аристотеля духовность отождествляется с трансцендентным и сверхъестественным, а телесность – с земным и природным; вся последующая классическая философия строится, как известно, на этой предпосылке. И Платон, и Аристотель ассоциируют знание с исключением всего того, что может символически ассоциироваться с фемининностью, и хотя дух и материя не находятся у Аристотеля в числе прямых оппозиций, в рамках западной традиции духовность всегда приписывалась – и приписывается – мужчинам, а женщинам, по определению, противоположное. Однако «мужчина разумный» всегда признавался как телесный, материальный человек: его душа и ум находятся в смертном теле; и эти дуалистические идентичности не акцидентальны, но функциональны. Разум, с которым ассоциируется мужчина, никогда не является ценным по присущей ему «природе»; он должен опираться на легитимирующие «декорации»; в иерархии «мужчина-женщина» оппозиция всегда поддерживается. Как тонко замечает П. Дейчер, поскольку идеальная идентичность мужчины отличается от «обычного» мужчины, но все же неотделима от него, мужчи-

на асоціюється з ілюзорним ідеалом, которого он и достигает, за счет женщин [2, с. 162]. И здесь акцент делается на фемининности в качестве набора желаемых психологических и поведенческих свойств и качеств, ожидаемых от женщин в конкретном социально-историческом контексте. В целом здесь ключевое слово – контекст: в постмодерне все «контекстуально» и «саморефлексно» [3, с. 54].

Известное изречение гласит: человек – это животное, рассказывающее истории. Изучением историй (нарративов) и дискурсов, составляющих эти нарративы, занимаются сегодня все дисциплинарные отрасли гуманитарных наук: философия, когнитивная лингвистика, психоанализ, литературоведение, культурология, теория коммуникаций, гендерные исследования. Центральной проблемой здесь можно назвать то, что Ф. де Соссюр обозначил, как «бесперывное обновление речи», то есть главное – нестабильная, нелинейная природа дискурса [4]. Необходимо заметить, что и дискурс как совокупность вербальных манифестаций, отражающих идеологию и мышление определенной эпохи, и нарратив как текст, смысл которого связан с плюралистической интерпретацией, субъективным восприятием, являясь принципиально важным концептом в постмодернизме, приобретает ключевое значение в философии феминизма и гендерных исследованиях. Среди множества причин главная, на наш взгляд, заключается в том, что основная транскультурная парадигма человека является гендерной; культура и нарративы всегда являются гендерными историями: «Половая принадлежность динамически присутствует в любом культуральном смысле или истории, будь то в тексте, субтексте или в них обоих» – пишет Г. Уилер, авторитетный психотерапевт и философ [5, с. 424]. Половая принадлежность, утверждает ученый, качественно отличается от всех остальных субкультуральных границ, поскольку она лежит в основе и поэтому взаимодействует с любой другой – внутренней границей или дифференциацией независимо от их контакта друг с другом [5, с. 425]. То есть пол/гендер можно определить как «дифференциальный код», и здесь особую важность приобретают процессы «кодирования» и «декодирования» еще и потому, что мы живем в обществе и мире культуральных форм, находящихся в состоянии изменения и подвергающихся критике.

Что касается интерпретации внешнего образа женщины в дискурсах и нарративах западноевропейской культуры, то следует отметить, что еще в «Государстве» Платон пишет о том,

что по своей природе и мужчины и женщины могут принимать участие во всех делах, однако женщины во всем «немогшее» мужчин, то есть разница – не качественная, а количественная [6, с. 59]. Трактовка образу женщины в Возрождении определенным образом связана с концепцией Платона, утверждавшему, что женщин следует обучать и *мусическому* и гимнастическому искусству, но акценты смещаются: гуманизм Возрождения, продолжая традиции рыцарской куртуазной поэзии позднего средневековья, воспевали и телесную, и духовную красоту женщины. Как известно, из-за образа златокудрой красавицы Лауры в сонетах Петрарки почти 200 лет в западноевропейской поэзии господствовали блондинки. Правда, Шекспир ввел в свои сонеты смуглую Леди, но нужно отметить: он отнюдь не воспевал ее совершенства.

В Ренессансе чувственная красота становится доминирующим женским качеством, при этом создаются устойчивые клише: упоминаются золото волос, жемчуг зубов, кораллы губ, звезды глаз, розы щек и мрамор тела [7, с. 127-128]. Следует заметить, что в одежде женщин и мужчин тысячелетиями реперезентировалась гендерная специфика. Традиции в этом вопросе были так сильны, что рыцарские (мужские) доспехи Жанны д'Арк привели ее на костер. В XIX веке самоутверждаться и бороться с устоявшимися стереотипами женской одежды решила Аврора Дюдеван, шокировавшая обывателей мужскими костюмами, сигарами, хриплым голосом и мужским именем Жорж Санд. Однако, возможно, это было всего лишь стремление доминировать в отношениях со своим коллегой и другом – женственным Альфредом Мюссе. Попутно заметим: некоторые нарушения дресс-кода допускали и мужчины, например, поэт-романтик Т. Готье носил вызывающий красный жилет, эпатажный О. Уальд – огромный цветок подсолнуха в петлице, мужественный, В. Маяковский – яркие рубахи, напоминающие женские блузки. С другой стороны, очевидно, что война и экономические трудности приводят к тому, что женщины с большим желанием примеряют мужскую одежду – и в прямом, и в переносном смысле. Стоит вспомнить Марлен Дитрих и ее знаменитые брючные костюмы, появившиеся во времена Великой Депрессии, когда безработные мужья и отцы стали катастрофически терять свое гендерное влияние.

Стоит вспомнить о том, что, по словам Мопассана, в XVIII в. был создан первый образ роковой женщины в западноевропейской лите-

ратуре. Речь идет о финальной истории в мемуарах знатного господина Прево («История кавалера де Грие и Манон Леско»), где образованный и благородный дворянин влюбляется в продажную женщину и не может объяснить истинную причину своей страсти (роковая женщина по понятным коннотациям) – это темная женщина, брюнетка.

Интересной представляется этимология выражения «синий чулок», появившегося во Франции после 1830 года и обозначающее женщину-писателя (англ. «blue stocking»). В XIX веке и первой половине XX века это выражение часто использовали писатели (Флобер, Пруст и др.), поносившие интеллектуалок за их якобы безразличие к одежде. «Кличка» вышла из употребления во второй половине XX века вследствие массового распространения среди женщин моды на ношение брюк [8, с. 138-139].

Интересен также неологизм «парень в юбке» (garçon – мальчик, парень). Слово стало популярным в 1920-годы благодаря распротранившейся стрижке «под мальчика» (короткое каре) и скандальной мальчишеской моде, которую ругали за то, что она ведет к «маскулинизации» [8, с. 103].

В конце XX века уже стали обыденностью аксессуары и мужские костюмы в гардеробе женщин, одежда и парфюмерия в стиле «unisex». Так называемая «business woman» как феномен западной культуры сейчас настолько распространенный продукт, что даже удивительно, что он произрастает в культуре фаллоцентризма. Конечно, можно рассматривать этот феномен в ключе фрейдовского примера компенсации кастрационного комплекса, но, представляется, проблема сложнее, поскольку сегодня феномен андрогинии стал не столько психической характеристикой человека (транссексуалы, бисексуалы в своих маргинальных ипостасях также сюда входят), сколько социокультурным фактором. В последнее время в массовой культуре происходит навязывание образа андрогина, как будто это и есть тот мостик, позволяющий перейти от оппозиционного или комплиментарного образа «Другого» к образу «Чужого». Этот «Чужой» – идеален, он вызывает зависть и стремление подражать, он поистине «сверхчеловек». «Импринтинг» воздействия массовой культуры безотказен: сознание «человека-толпы» фиксирует несвойственные женщинам социальные роли (например, воина, бойца) как данность.

Поп-культура всегда была самым тесным образом связана с коммерцией; огромный сегмент рекламного бизнеса всегда был

обращен к женщинам. В большинстве случаев его послания учили женщин всегда «быть на страже», чтобы сохранить свое самое главное качество – свою внешность. Женщины, созданные мужчинами, – великие притворщицы, «создательницы иллюзий». И это касается не только стереотипного поведения, стереотипного концепта внутреннего мира «настоящей женщины», но, прежде всего, ее внешности, ее тела. Каждая женщина знает, что несмотря на все свои достижения, она неудачница, если она не красива. Тридцать лет назад было достаточно выглядеть привлекательной, сегодня женщина должна иметь молодое тело, включая все его части. Кем бы женщина ни была, чем бы она ни занималась, она должна выглядеть молодой: это мантра, которую все mass media повторяют на все лады несчетное количество раз каждый день. Безусловно, в подобный «фитнес-режим», в подобную «программу молодости» длиной в целую жизнь беременность, рождение ребенка (тем более нескольких детей), кормление грудью и т.д. не вписываются. В культуре, сохраняющей право унижать женщин, которые считаются некрасивыми, отчаянное стремление «быть красивой», как правило, превалирует над желанием иметь детей. Женщины в бикини на билбордах, части женского тела – губы, грудь, глаза, нижние части тела – на обложках журналов и в рекламных видеороликах; женщины на телевидении, обещающие, что «продукт» в их руках сделает вас меньше, тоньше, длиннее, глаже, изящнее, – разгул образов постмодерных «поп»-текстов завораживает.

Литература:

1. Власова Т. И. Дихотомия дух/тело как ключевая проблема феминистской философии / Т. М. Власова // Гендерні дослідження: прикладні аспекти. – За науковою редакцією В. П. Кравця. – Тернопіль : Навчальна книга, 2013. – 360 с.
2. Deutscher P yielding Gender. Teminesm / deconstruction and the history of philosophy. – London and New York: Routledge, 2004. – 224 p.
3. Hutcheon L. A. Poetics of Postmodernism. History, Theory, Fiction. – London and New York: Routledge, 2002. – 268 p.
4. Соссюр Ф. де Труды по языкознанию / Ф. де Соссюр. – М. : Прогресс, 1977. – 695 с.
5. Уилер Г. Гештальттерапия постмодернизма. За пределами индивидуализма / Г. Уилер. – М. : Смысл, 2011. – 464 с.
6. Власова Т. И. Формирование гендерных стереотипов в западноевропейской философии / Т. И. Власова. – К. : Генеза, 2006. – 296 с.

7. Филат Т. В. Мужчина и женщина: основные проблемы, освещенные в классической зарубежной литературе / Т. В. Филат // Філософські аспекти соціокультурних досліджень в умовах глобалізації. – Дн-ськ : Вид-во Маковецький, 2014. – 240 с.

8. Словарь истории женщин. – М. : РОССПЭН, 2012. – 173 с.

Tatyana Teslenko

THE EXTERNAL IMAGE OF WOMAN AS THE REALIZATION OF THE DICHOTOMY «SPIRIT – BODY» IN THE CULTURE OF POSTMODERNITY

Ambiguity of the «inner» and the «outer» as sets of qualities and properties which are considered feminine or masculine is represented in many unstable discourses of classical philosophy. Nowadays it is still based on the principles of binary oppositions, which lie at the basis of the traditional metaphysical theory. The opposition «I / the Other», which occupies a new place in the classical philosophy, is synonymous the opposition «Man/Woman» and inherent in the opposition «Soul / Body». The latter determines woman as being «natural» and «outer», in all her manifestations, her corporal ones included. As the postmodern philosophy treats culture as a text, the impetus for the analysis of woman's representations in histories of gender is immense and productive with the unchangeable focus on the issue of woman's subversion even in the description of man's idealistic image which is achieved thanks to the subversion of woman. The «unstable» nature of woman is accounted for the unstable character of the discourse itself, hence that significance which is attached to the processes of «encoding» and «decoding». We live in the society of cultural forms which are constantly and continuously in the state of transformations; the internal clangs are worth while mentioning the concern appearances of women in different historical epochs; their looks are closely connected with the clothes they are wearing with the gender accessories and details of clothing. The peculiarities of styles in clothing are also closely linked with the discourses and narratives (the blue stocking and such like). Nowadays the «unisex» fashion having been common for decades is connected with the discourses of androgynes, woman-warriors, etc, and it is reflected in the pop-cultural «histories». In the culture where of paramount importance is woman's longing be «beautiful», the inner world of woman, her «soul» has little value, if any, compared with her outward properties which are represented visually in a great number of cultural «Texts» of postmodernity.

Key words: *ambiguity, binary oppositions, discourse, context, narrative, paradigm, postmodernity.*