КОНЕВА Анна Владимировна / Anna KONEVA

Россия, Санкт-Петербург.
Санкт-Петербургское отделение Российского института культурологии.
Заведующая сектором. Кандидат философских наук, доцент.

Russia, St. Petersburg.
St. Petersburg branch of the Russian Institute of Cultural Research.
Head of department. PhD in philosophy, senior lecturer.

akoneva@list.ru

ГЕНДЕРНОЕ НЕРАВЕНСТВО: ДИСКУРСЫ ЖЕЛАНИЯ VS НАРРАТИВЫ СОБЛАЗНА*

История культуры знала периоды, когда одежда разных полов была весьма похожа: к концу XV века мода стала настолько абсурдна, что на расстоянии мужчину было трудно отличить от женщины, пишет Э. Уилсон, а Л. Свендсен замечает, что только в XVII веке отказались от мнения, что мужское и женское тело очень похожи. При этом и в период европейского средневековья, и в раннее Новое Время гендерное неравенство не только существовало, но и породило четкую систему значений, надолго закрепившуюся в европейском общественном сознании. Это неравенство нашло выражение не только в экстремальных способах ношения одежды или трансформациях тела, но и в создании специфических гендерных дискурсов, которые задали нормативность воображаемых женственности и мужественности.

В данной статье речь пойдет об имидже, который будет трактоваться как визуальный нарратив. Вестиментарный нарратив разворачивается в поле заданных культурой и социальными стереотипами ожиданий и хорошо артикулированных норм с одной стороны, и служит выражению индивидуальности, осознанию и презентации субъективности, с другой. Это также нарратив гендерной коммуникации, поскольку вестиментарные коды служат не только средством презентации, но и средством сообщения, которое субъект транслирует в социум. Одежда, таким образом, равно как мода и имидж в целом, оказываются различными формами выражения субъективности, которые существуют в поле визуальных нарративов.

Ключевые слова: *гендер, образы мужественности и женственности, мода, желание, соблазн, имидж*

Gender inequality: The Discourse of Desire vs. the Narrative of Temptation

In the History of Culture, there are periods when the clothes of the different sexes were very similar. E. Wilson notes that up until the end of the 15th century, fashion was absurd, and from a distance men and women were indistinguishable. L. Svendsen argues that it was only in the 17th century-when the idea that men and women's bodies are similar suddenly changed. However, in the Middle Ages as well as in the early modern period, gender inequality existed. Moreover, this inequality created a clear system of meanings, which was very strongly-rooted in the social imagination. This gender inequality can be seen in the extreme modes of dress, the transformations of body, and in the specific gender discourses, which created norms and stereotypes of femininity and masculinity.

The topic of the article is image, which is seen as a visual narrative. The narrative of clothes exists in the cadres of cultural norms and stereotypes. It caters to the representation of individuality and the realization of subjectivity. It is also the narrative of gender communication, because fashion codes can be interpreted not only as modes of representation, but also as modes of communication, which the subject translates to the socium. Thus, clothes, fashion and image are different forms of the realization of subjectivity.

Key words: *gender, images of masculinity and femininity, fashion, desire, temptation, image*

История изучения гендерного неравенства имеет богатое прошлое. С какой только стороны не исследовалась гендерная идентичность и ее репрезентации. В том числе и мода часто становилась предметом изучения, поскольку визуальная репрезентация пола как нельзя лучше показывает динамику идентификационных моделей. Но что кроется за визуальным? Какие системы представлений детерминируют образы мужественности и женственности и что лежит в основе их трансформаций? Исследование визуальных нарративов и способов репрезентации субъективности через гендерные «высказывания» заставляют предположить, что констатируемые кризисы мужественности и женственности на самом деле выстроены по-разному, а значит, гендерное неравенство, действительно, имеет место, и проявляется оно на границах субъективности.

Нарратив соблазна: женственность

Женственность традиционно соотносится с пассивностью и незащищенностью. Образ женственности наделяется следующими характеристиками: пассивный, хрупкий, нерешительный, изящный, слабый, послушный и т. д. Но при этом женщина,

* При поддержке РГНФ, грант № 13-03-00090

© Издательство «Эйдос», 2013. Только для личного использования.
© Publishing House EIDOS, 2013. For Private Use Only.

чье биологическое предназначение рожать и растить детей, должна была быть сильной, цветущей и плодородной. На протяжении истории культуры мы наблюдем смену акцентов в образе женщины — с хрупкости на цветение и обратно, при этом идеал послушания и зависимости сохраняется удивительно долгое время, а его перемены влекут за собой куда более кардинальные перемены в понимании женственности, чем циклические смещения внимания с образа девы на образ матери. Бросив беглый взгляд на историю моды, мы можем увидеть, что, невзирая на смену мод, циклическую перемену форм костюма, различные приемы его декорирования и т. п., образы женственности в каждую эпоху оставались стабильны, менялся лишь визуальный код их прочтения. Образы девы, матери, соблазнительницы и воительницы так или иначе присутствовали. Модным становился то один, то другой образ, в разные эпохи функционировали разные коды, но в целом женственность можно определить как нарратив соблазна, породивший разные формы визуализации.

История европейского воображаемого позволяет выделить ряд значимых образов, которые задавали в культуре координаты женственности: это образы-типы, которые могут быть названы по-разному. Д. Болен в работе «Богини в каждой женщине»[1] выделяет 7 типов богинь: девственных, уязвимых и алхимических (к последнему типу относится только Афродита — богиня любви и соблазна, которая, по-видимому, символизирует мистическую женственность). Болен берет за основу юнгианский анализ женственности, прописывая психологические характеристики более подробно и вводя элементы имиджа[2]. Юнгианская типология, которая учитывает «темную» сторону образности, заложила основу современного понимания женственности. Анализ мифов, который позволил Юнгу и его последователям противопоставить девственных богинь богиням-матерям, а также отдельно выделить чистый соблазн и чистую деструктивность (ведьма, злопамятность, мстительность, оборотничество), выстроил сетку координат, в которой троичность перетекает в четверичность. Юнг анализирует этот цифровой символизм, показывая, что женской фигурой является треугольник, три (вместо четырех) времени года мифа о Деметре и Персефоне, тройная связь с мужским началом (Гера — мать, Деметра — жена и Персефона — дочь)[3], и что когда в европейской культуре три становится мужским числом, а четыре — женским (Святая Троица и вне ее передлов София как женское начало), в культурах азиатских троичность по-прежнему остается женской. Ж. Дюран, также использующий арсенал юнгианского психоанализа, показывает тройственность женственности как образов жизни и смерти, монструолизация смерти (образ пожирающего начала, гигантской женщины, активной сексуальности) в дневном режиме воображения, и два пути ее эвфемизации в ночном режиме (женщина-мать, уютная и убаюкивающая, и дева-невеста, желанная и прекрасная)[4]. В каждом случае это подчиненный образ — мужчина либо борется / побеждает, либо уходит / взрослеет, либо женится / подчиняет. Так в самой женственности обнаруживаются и фиксируются основания неравенства.

Имиджевые стратегии и исторические образы женственности опираются на эти мифологические образы и психологические основания. Гендерная психология начинает с описания тенденции подчиняться, приписываемой женщине. В основе этой тенеденции — оперирование готовыми схемами. Ш. Берн исследует фактор влияния ситуации на поведение, соотнося его с гендерным «аттитюдом» (привычным поведением — это понятие в чем-то оказывается очень близко понятию габитуса П. Бурдье, поскольку прямо отсылает к телесному схематизму)[5]. Обработка информации с использованием готовых схем является наиболее «экономичной», так как «сводит все неимоверно сложное социальное окружение к контролируемому числу смысловых категорий. Они позволяют компенсировать недостаток информации и помогают выходить за рамки полученной информации»[6]. Тенденция подчиняться[7] социальным нормам фактически «экономит мышление», таким образом, гендер становится диктатором социального воображаемого, конструируя женственность в асимметричном, подчиненном положении.

При этом имиджевые стратегии подчинения не сразу становятся дискурсом моды. Долгое время мужчины и женщины выглядели похоже и визуально идентично демонстрировали свой статус. Вплоть до эпохи средневековья одежда мужчин и женщин в Европе кроилась и шилась одинаково, и различалась только длиной, и вплоть до XVII века оба пола одинаково украшали и разнообразили свой костюм, хотя и подчеркивали при этом разные части тела. Начиная с XVIII столетия женственность визуально противопоставлялась мужественности. Если до этого времени мужчины и женщины носили украшения, парики, кружева, каблуки, яркие цвета и драгоценные ткани практически наравне, то во времена «античного бума» женская мода стала разительно отличаться от мужской, а в XIX веке и вовсе мода стала преимущественно женской. Великая Французская и «викторианская» революции оказали существенное влияние как на гендерные стратегии самопрезентации, так и на моду, отделив мужчин от женщин, и оставив последним моду как средство самовыражения через женственность.

[1] Болен Д. Ш. Богини в каждои женщине./ Д.Ш. Болен / пер. Г. Бахтияровой и О. Бахтиярова. М.: ИД «София», 2005. За основу она берет греческую мифологию, называя типы женственности по именам богинь.

[2] Юнг К. Г. Душа и миф: шесть архетипов. /К.Г. Юнг / Киев: Port-Royal, 1996.

[3] Там же. С. 32.

[4] Durand G. les structures anthropologiques de l'imaginaire. / G. Durand / Paris: Dunod, 1996.

[5] Берн Ш. Гендерная психология / Ш. Берн / М.: Олма-пресс, 2001. С. 93.

[6] Цит. по Берн Ш. Гендерная психология. С. 200-201.

[7] Типы подчинения: 1. Уступчивость (человек не приемлет их, но проводит свое поведение в соответствии с ними, чтобы избежать наказания и получить социальное одобрение). 2. Одобрение, интернационализация (человек с ними полностью согласен). 3. Идентификация. (человек повторяет действия ролевой модели). 4. Социализация (процесс, посредством которого человек обучается соответствующим моделям в обществе, ценностям и т. д). 5. Дифференциальное подражание (процесс социализации, в ходе которого человек выбирает ролевые модели в соответствующей ему сточки зрения общепринятых норм группе и начинает подражать их поведению). 6. Аттитюд (образ действий, который человек реализует или хочет реализовать в конкретной ситуации. Аттитюд включает в себя стимул или ситуацию, интерес (интенсивное желание), реакцию и объект). 7. Фейсизм (тенденция в разной степени выделять в изображениях мужчин лицо, а у женщин тело). Цит. по: Берн Ш. Гендерная психология. М.: Олма-пресс, 2001. С. 54.

© Издательство «Эйдос», 2013. Только для личного использования.
© Publishing House EIDOS, 2013. For Private Use Only.

Если мы обратим внимание на то, какие части тела эротизировал мужской, а какие женский костюм, то вынуждены будем, прежде всего, обратиться к истории брюк, а также к истории туфель.

История женских брюк — которая считается историей деконструкции традиционного образа женственности — отсылает к восточному костюму, именно на востоке женщины традиционно и легально носили шаровары, закрывающие ноги до щиколотки, поверх же надевалось одно или несколько платьев, причем разной длины. В европейский женский гардероб штаны, как известно, пробрались исподволь — перекочевав из детского гардероба, где им было разрешено было быть из соображений гигиены и удобства. Но тем не менее, шаровары или штаны довольно долго полагалось прятать под платьем, создавая единый визуальный блок в нижней части тела. Демонстрировать ноги считалось неприличным — точно так же, как китаянкам полагалось умереть со стыда, если мужчина (любой, даже муж) увидит их ноги без бинтов (китайская традиция бинтования ног представляет собой отдельную тему в исследованиях визуальности, но явно дает пример того же понимания женственности, что было традиционным в культуре западной). Особенно неприличными в европейском восприятии стали ноги в Викторианскую эпоху, когда даже ножки рояля стыдливо драпировали «юбочками», дабы не вызвать ненужных ассоциаций. Что же такого неприличного в женских ногах, что столь долгое время каждая культура считала нормой их прятать? И как ноги (и другие части тела) связаны с образом женственности?

Эротизация ног имеет очень богатую образную историю. Обувь часто была фетишем, туфли, сандалии и сапоги всегда стимулировали эротическое воображение, причем спектр значений эротизации чрезвычайно широк — от открытости сандалии, демонстрирующей ложбинку между пальцами и нежность (то есть детскость — девственность) голой пятки до высоких сапог на каблуках, символа садомазохистских извращений[8]. Причем эротичны ноги (и обувь) не только женские, как мы увидим чуть позже. Женские же ножки четко выражали образную двойственность — соблазн и закрытость, символизируя сексуальность. Это хорошо видно на примере сказочных образов дев, не имеющих ног — русалок, сирен, дев в образе птицы и т. п. — они недоступны сексуальному контакту и потому представляют собой образы смерти, они пугают. В сказке Русалочка обретает ножки в обмен на голос — она получает таким образом возможность соблазнять телом, что символизирует и немоту женственности, и обретение половой зрелости.

Символом соблазна становятся туфли на высоких каблуках и их предшественники — чопины или цокколи, туфли на платформе, которая в эпоху Ренессанса достигала умопомрачительных высот (до 50 см). Эти туфли преназначались, чтобы ходить по улицам, и носили их и дамы, и простолюдинки, мужчины носили их тоже, однако уже в XIV веке мужчин штрафовали за ношение такой обуви, ибо она считалась слишком женственной. Высота платформы чопины в то время четко показывала социальный статус дамы, в том числе и тонкую грань между соблазнительницей и допропорядочной матроной[9]. Критика этой модной обуви была тем более яростной, чем более высокой становилась платформа, отмечает А. Вианелло. Причину итальянский исследователь видит и в том, что чопины — источник соблазна, и в том, что они «делали маленькую женщину подобной гигантам»[10].

Илл. 1. Венецианские чопины, эпоха Ренессанса.

Ж. Дюран акцентирует внимание на гигантизации как одной и операций воображения. Само воображаемое Дюран разделяет на ночное и дневное (ноктюрн и диурн), причем это разделение вовсе не означает сновидений и фантазий, но различается французским философом по способу преодоления необратимости смерти, по способу создания той образности, которая выстраивает отношения со смертью. Образ гигантизации, согласно Дюрану, относится к режиму диурна, это активный образ, акцентирующий темную и опасную женственность. Этот образ создают высокие каблуки, которые становятся одним из атрибутов «настоящей женщины» и выстраивают собственный дискурс[11]. Мужские каблуки постепенно выходят из моды, функции гигантизации начинают выполнять в мужском гардеробе другие аксессуары.

В XIX веке каблук окончательно стал частью иконографии женственности и значимым элементом образа, «пиком» же карьеры каблука можно считать шпильку[12], которая продержалась на топе популярности с 1850-х до 1880-х годов, невзирая на мощную волну «антисексуальности образа» 1860-х. Шпилька, как ни странно, к 80-м годам XX века приобрела респектабельность, став частью образа деловой женщины (хотя и с коннотацией «стервы»), а порочность образа сместилась в эти годы к более двойственным образам сапог-ботфорт (на высоком каблуке, разумеется), непременного атрибута образа проститутки. Каблук, таким образом, в любую историческую эпоху имеет коннотации доминирования и соблазна, это оружие женщины,

[8] См.: Стил В. Туфли и эротическое воображение. / В. Стил / пер. с англ. // Теория моды. Выпуск 25, осень 2012. С. 183 202.

[9] Вианелло А. Благородная дама или куртизанка? Венецианские чопины в эпоху Ренессанса. / А. Вианелло / пер. с ит. // Теория моды. Выпуск 25, осень 2012. С. 112–133.

[10] Malabarba I. Ai piedi di Donna. Milan. 1991. Цит. по Вианелло А. Благородная дама или куртизанка? С. 117.

[11] См.: Стил В. Туфли и эротическое воображение; Wright L. Objectiving gender: the Stiletto Heel. // M. Barnard, ed. Fashion Theory. A Reader. Pp. 197 207.

[12] Wright l. Objectiving gender: the Stiletto Heel. / L. Wright // M. Barnard, ed. Fashion Theory. A Reader. P. 198.

© Издательство «Эйдос», 2013. Только для личного использования.
© Publishing House EIDOS, 2013. For Private Use Only.

но одновременно, как отмечает В. Стил, и «рана»[13]. Таким образом, неприличность ног, особенно удлиненных каблуком, «гигантизированных», в том, что они посягают на захват власти, ущемляют мужскую сферу, в дневном режиме воображаемого заставляют бороться с огромным, превосходящим противником, а в социальном воображаемом деконструируют образ хрупкой и незащищенной женственности.

Ноги не только были самой притягательной частью женского тела, вызывающей эротические фантазии уже в Античности[14], но и частью нечистой, низкой. Не только в мусульманской культуре стопа считается неприличной настолько, что ее не полагается демонстрировать. Запрет на обнажение ног часто встречается в истории культуры. Нога, особенно стопа, — часть тела, приближенная к земле, наиболее профанная с точки зрения символизма верха и низа. Именно поэтому стопа стала символизировать низменные желания, и именно женские — а вся наука соблазнения (пока женщины носили длинные юбки) строилась на умении изящно показать ножку, качнув кринолином, или «обвив платье вокруг щиколотки». Именно поэтому легализация штанов и стала деконструкцией этого образа женственности, равно как и резкое укорачивание юбки, произошедшее в скандальные 20-е годы XX века — нога лишилась своей таинственности и перестала быть орудием соблазна. Потребовалось изобретение шпильки, чтобы вновь вернуть женским ножкам соблазнительность, при этом переведя их из образа тайны и ночной грезы в область победительного дискурса диурна.

Другим нарративом соблазна был, без сомнения, корсет, который помимо выстраивания идеально жесткого тела, умел придавать фигуре соблазнительные изгибы. Валери Стил рассматривает корсет как фетиш, причем корсет соблазнителен не только для мужского взгляда, но и для женского[15]. Корсет и туфли, пожалуй, одни из наиболее распространенных фетишей, стимулировавших эротическое воображение. Ж. Бодрийяр определял фетиш как «нечто изготовленное, артефакт, взаимодействие оболочки и знаков»[16], предметная практика тут переходит в практику ритуальную, Э. Уилсон определяет фетишистский секс как «застывший сценарий воображения»[17]. Но не только фетишистский секс, который, как утверждал Фрейд, смещает желание на часть тела или связанный с ней предмет, порождает специфическую сферу желания. Когда мы говорим о конструировании образа женственности — напротив, речь идет о дискурсе соблазна, об использовании предметов, которые могут стать фетишами, но об их использовании как модных предметов, как орудий соблазна.

Корсет позволяет получить фигуру, максимально приближенную к идеалу, практически без усилий. Разумеется, практика утягивания причиняла женщинам определенные

Илл. 2. Э. Мане, Нана (1877). Художественная галерея, г. Гамбург.

физические неудобства и даже страдания, но была и привычка к утягиванию, и привычка к ношению корсета, так что без этого предмета гардероба женщина ощущала себя неудобно. Корсет, помимо придания телу формы, выполнял роль соблазнительного неглиже. Обнаженное тело в искусстве, как правило, было лишено эротических коннотаций, это была идеальная красота, Прекрасное в кантовском смысле. Импрессионизм впервые стал представлять женщину как объект «под взглядом», вспомним хотя бы скандал с «Олимпией» того же Мане.

Но помимо того, что нагота стала восприниматься в культуре иначе, в искусстве стали фигурировать полуодетые дамы, что вызывало соверешнно иные ассоциации. Белье, которое является частью скрытого, принадлежит интимному пространству, вызывает ассоциации с переходным состоянием от одетого к раздетому. «Нижнее белье, скрытое от глаз, как и тело, которого оно касается, наталкивает на мысль об акте раздевания — прелюдии к сексуальной близости. . . . Слои одежды и нижнего белья функционируют как своего рода стриптиз, возбуждая сексуальное любопытство»[18]. В. Стил подчеркивает, что корсет предполагал сексуальную игру — расшнуровывание и зашнуровывание корсета на женщине было для мужчины метафорой сексуального взаимодействия. Неслучайно корсеты стали роскошными как раз в ту эпоху, когда совершилась «Викторианская революция»,

[13] Стил В. Туфли и эротическое воображение. С. 187-189.
[14] Сафо писала: «Не умеет она… платье обвить вокргу щиколотки, деревенщина».
[15] Стил В. Корсет. / В. Стил / пер. с англ. М. Маликовои. М.: Новое литературное обозрение, 2010. 272 с. С. 128–129.
[16] Бодрии яр Ж. К критике политическои экономии знака. / Ж. Бодрийяр / М.: Академи- ческии проект, 2007. С. 56.
[17] Уилсон Э. Облаченные в мечты: мода и современность. / Э. Уилсон / пер. с англ. Е. Демидовои , Е. Кардаш, Е. Ляминои . М.: Новое литературное обозрение, 2012. 288 с. С. 94.
[18] Стил В. Корсет. С. 155. Стил также приводит фрагмент романа Э. Золя «Дамское счастье» о выставке интимных принадлежностей, и делает вывод о значении нового, не фукционального, но роскошного белья, за которым «интересно подглядывать».

© Издательство «Эйдос», 2013. Только для личного использования.
© Publishing House EIDOS, 2013. For Private Use Only.

Илл. 3. Иллюстрации из журнала «Les Modes Parisiennes», 1888 г.

подразумевающая свободный выбор брачного партнера[19]. В это время женский костюм весь превратился в «витрину», а облик женщины стал «продуктом художественного производства». Р. Колинз пишет об успешности викторианской революции, которая сделала мужчин зависимыми от женщин, тем самым дав женщинам определенную власть, но при этом «вела в тупик, однозначно связывая карьеру женщины с удачным выходом замуж»[20]. Викторианская эпоха закрепила начатый средневековьем идеал «чистой женственности», при этом ценностью стало именно замужество — женщина как жена, хозяйка, мать. Все это способствовало сохранению противопоставления мужского и женского. Именно с этого времени стало развиваться «искусство быть женщиной» — которое было порождено изменением критериев женственности — привлекательность, умение себя показать, красота как проявление индивидуального вкуса (в рамках приличий, конечно) стали новыми канонами женственности, хотя и не вытеснили окончательно прежний идеал покорной жены и добродетельной матери.

Помимо форм и телесных практик, важной составляющей вестиментарного нарратива соблазна является цвет. Женские цвета — яркие, пастельные, и особенно белые — стали особенно выразительны после «великого мужского отказа» (термин Дж. Флюгеля), на фоне мужчин в черном. Л. Иригарэй пишет о женском начале как белом ангеле или матери, задрапированной в покрывало (вновь образ покрова и тайны — прямая отсылка к ночному воображаемому)[21]. Белый как антицвет, как отсутствие цвета стал выражением женского в противоположность черному мужскому, цвету утраты, отрицания, особенно это заметно в иллюстрациях, посвященных балам, сегодня это значение еще сохраняется в свадебной символике. Примечательно, что когда Шанель ввела в код женственности черный — а это было заимствованием мужского, также как и формы, с которыми она работала — изменилась гендерная стратегия репрезентации женского, именно это стало настоящей революцией, первым толчком к формированию новых стратегий перформативной гендерной идентичности женщины, а вовсе не мини, и не брюки.

«Мода столетия»[22] постепенно смещает акцент женственности с роскоши и информации о статусе к простоте и «похожести». Демократизация общества породила новые коды женственности, которые перестали оперировать роскошными модными туалетами и изысканными формами, и ввели в обиход ценности молодости, стройности, удобства и сексапильности. Начало XX века — время диверсификации образов женственности, когда одновременно сосуществовали идеал La gaconne и Famme fatale, образы «мечтательницы» и «соблазнительницы».

Картинка la garconne Подпись: Daisy la garconne. Образ девушки 20-х. Современная роспись по фарфору. Лимож.

Более того, разные коды женственности позволяли женщинам играть со своим образом, «с одной стороны, существовала повседневная одежда (для городской жизни и занятий спортом) под знаком скромности, удобства и функциональности. С другой, продолжала развиваться мода сказочно прекрасных вечерних туалетов»[23]. Ж. Липовецкий видит в процессе демократизации моды деидеализацию женственности, Э. Уилсон, наоборот, формирование новых канонов, связанных с «модерностью». Оба исследователя подчеркивают, что это было время не просто институционализации моды, но ее «возвеличивания», упрочивания социального положения моды, и одновременно решительного смещения моды в сферу женского.

Мне предствляется, что процессы, происходящие в моде в эту эпоху, необходимо рассматривать в контексте развития массовой культуры, изменения системы потребления

[19] См.: Уилсон Э. Облаченные в мечты. С. 117.

[20] Колинз Р. Введение в неочевидную социологию. / Р. Коллинз // Антология ген- дернои теории. Минск.: Пропилеи, 2000. С. 114–141.

[21] См.: Irigaray l. Sexes and genealogies. / L. Irigaray / NY, 1993. P. 153–165. (Chapiter Flesh Colours).

[22] Так назвал период интенсивного развития моды и период ее институаионализации с середины XIX по середину XX вв. Жиль Липовецкий. См.: Липовецкий Ж. Империя эфемерного: мода и ее судьба в современном обществе. / Ж. Липовецкий / пер. с фр. Ю. Розенберг, н. ред. А. Марков М.: НЛО, 2012. 336 с. С. 74–124.

[23] Липовецкий Ж. Империя эфемерного. С. 87.

© Издательство «Эйдос», 2013. Только для личного использования.
© Publishing House EIDOS, 2013. For Private Use Only.

и трансформации системы социального воображаемого. Та игра образов женственности, которую отмечает Липовецкий, разделение образа элегантного и повседневного, а затем выраженное движение к простоте в моде второй половины XX столетия представляет собой отражение смены идентификационной модели, в том числе эти изменения затрагиваюти гендерную идентификацию. Эти перемены привели к спорам о том, может ли деловая женщина выглядеть элегантно, к полемике вокруг дресс-кода, к появлению женского брючного смокинга и торжеству образа андрогинности. «Нет сегодня менее надежной вещи, чем пол — при всей раскрепощенности сексуального дискурса», констатирует свершившиеся перемены Ж. Бодрийяр[24]. Мода начинает управлять знаковым обменом, она становится «средством нейтрализации сексуальности»[25] и превращается в образ жизни. Женственность в этом процессе тоже становится знаком — выбираемым тогда, когда необходимо его продемонстрировать, в «суверенности соблазна» (Ж. Бодрийяр), когда работает механизм презентации в соответствующем контексте. Бодрийяр определяет новое гендерное неравенство «в терминах игры, вызова, агонистических дуальных отношений и стратегии видимостей: в терминах обольщения и соблазнительной обратимости взамен структуры и различительных оппозиций, — [как] вселенную, в которой женское уже не противостоит мужскому, но соблазняет его»[26].

Бодрийяр описывает соблазн как игру, противопоставляя ее желанию, подчеркивает адресность (быть может, лукавую) этого соблазна[27], который интенционален — направлен на взгляд, теперь «бытие под взглядом» больше не властно на женственностью, напротив, оно покоряется женственностью в ее стратегиях соблазна[28]. Вывод Бодрийяра о том, что «женственность есть отчужденное бытие женщины» и перенесение женственности в область видимого, вполне может стать новым пунктом феминистского дискурса. Однако понимание женственности как соблазна — и сексуального, и смертельного (согласно режимам воображаемого) — позволяет увидеть ее как форму ситуативной, «форматной» гендерной идентификации, а не подлинного выражения субъективности. В последние годы образ женственности претерпевает существенные изменения. Стратегией демонстрации женственности становится подчеркнутая анти-женственность, средствами ее манифестации могут быть как обращения к субкультурным кодам, так и кодам ангдрогинной моды, моды унисекс. Таким образом, мы можем постулировать кризис феминности в современной моде и в современной гендерной идентификации, хотя модные коллекции последних лет и пытаются нащупать коды женственности, которые могли бы совместить в себе игру соблазна и свободу самовыражения.

[24] Бодрийяр Ж. Соблазн. / Ж. Бодрийяр/ пер. с фр. А. Гараджи. М.: Ad Marginem, 2000. С. 31.
[25] Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. / Ж. Бодрийяр. / пер. с фр. С. Н. Зенкина. М.: Добросвет, 2000. 387 с. С. 184.
[26] Бодрийяр Ж. Соблазн. С. 35.
[27] Там же. С. 128–129.
[28] Бодрийяр прямо говорит о стратегиях наряда в ритуалах соблазнения, подчеркивая, что женское таким образом, ускользает от сексуальности, перестает быть подчиненным и «отражением», но становится приманкой. Бодрийяр Ж. Соблазн. С. 164.

Илл. 4. Французские придворные костюмы XVII века.

Нарратив желания: мужественность

Помимо кризиса феминности, в последние 20 лет исследователи моды говорят и о «кризисе маскулинности», который, очевидно, начинает преодолеваться современной модой. Мужская мода, в отличие от женской, с началом индустриализации словно бы ушла в тень. По большому счету, именно с того момента, как в моде стали отчетливо противопоставляться женский и мужской образы — то есть с середины XVIII века — мужская мода словно бы потеряла стимул к развитию. Ж. Липовецкий отмечает, что «мода столетия основывалась на подчеркнутом противопоставлении внешнего вида мужчины и женщины и на противоположности системы производства мужской и женской одежды: требования и предписания были совершенно различны, и только женское начало считалось воплощением переменчивого непостоянства моды»[29]. Действительно, мужской костюм поразительно мало изменился за 200 лет. Зато в последние пару-тройку десятилетий, как отмечает П. Черч-Гибсон, мы можем наблюдать практически «великую мужскую реставрацию»[30]. Появлется новая образность, свобода, новые формы и новые коды моды. Значит ли это, что происходит смена образа мужественности и с чем связаны эти перемены?

Долгое время мужская и женская мода оперировали одинаковым набором кодов, при этом воплощая разные образы. Это достигалось акцентированием и сокрытием разных ча-

[29] Липовецкий Ж. Империя эфемерного. С. 150.
[30] Черч-Гибсон П. Маскулинность на рубеже тысячелетии. / П. Черч-Гибсон / пер. с англ. // Теория моды. Выпуск 10. Зима 2008–2009. С. 43.

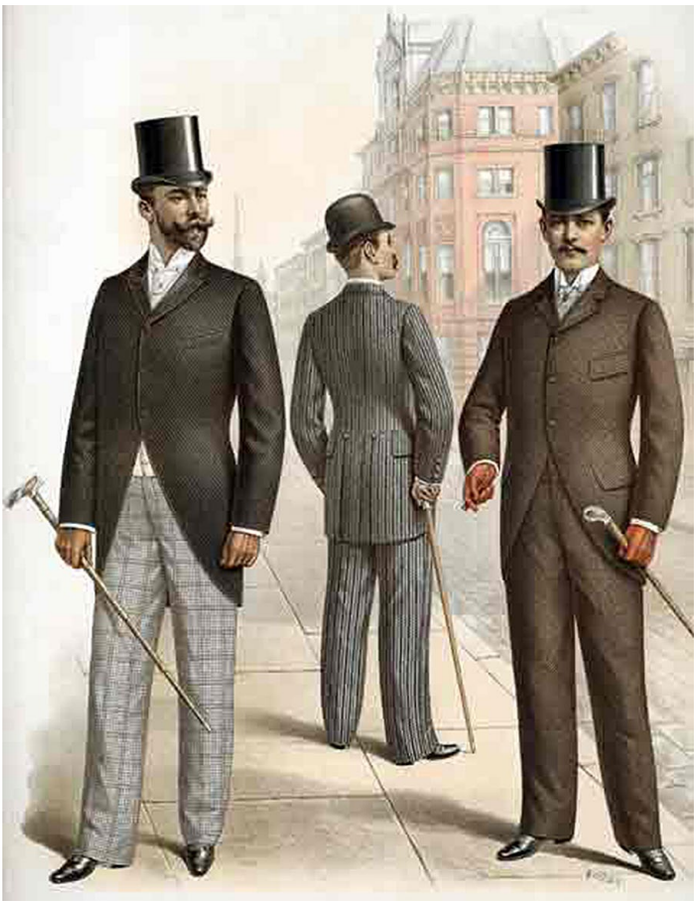
© Издательство «Эйдос», 2013. Только для личного использования.
© Publishing House EIDOS, 2013. For Private Use Only.

стей тела, в первую очередь, и формами-цветами-декором, во вторую.

Так, если женские ноги эротизировались сокрытием, то мужские, напротив, подчеркивались: долгое время мужчины носили облегающие штаны-чулки, затем кюлоты длиной до колена и шелковые чулки с подвязками и бантами, затем лосины. Все эти формы мужских штанов, и чулки, и обувь на каблуках подчеркивали форму ног, икр и щиколотки, те же, кто не мог похвастать идеальной формой икроножной мышцы, подкладывали в чулок специальные накладки, чтобы создать более соблазнительные формы. Таким образом, форма мужских ног явно несла в себе смыслы мужественности — движение, сила, элегантность, в то время как торс маскировался многослойными жесткими одеждами: «под сюртук надевались короткие пышные штаны с чулками, а камзол, который было принято носить полурасстегнутым, скрывал линию талии. Мягкий воротник рубашки давал возможность носить шейный платок — прототип галстука... Самыми броскими искусственными элементами в облике кавалера XVII–XVIII веков оставались каблуки и парик»[31]. Этот неравновесный образ непосредственно предшествовал «великому мужскому отказу» — но на протяжении всего Нового времени в мужской фигуре основной объем зрительно располагался сверху — в противоположность женской фигуре, в которой основной визуальный объем располагался снизу.

Семантика мужского образа сохранялась со времен Средневековья, когда сложились основные стереотипы мужественности в европейской культуре. Если обращаться к сфере воображаемого, то мужские образы более однообразны, чем женские. Собственно, миф предлагает образы героя, трикстера (плохого парня) и мудреца, причем последний имеет коннотацию возраста. Героический миф диурна заставляет мужчин на протяжении всей истории культуры демонстрировать маскулинность как силу, отвагу и честь. Средние века добавили образ галантности/куртуазности, именно этот образ стал популярен в придворной культуре Нового времени, и именно он акцентировал в костюме эротизм.

Смену эротического акцента мужского образа, как и принципиально новый образ мужественности принесла транформация костюма. «Великий мужской отказ» был спровоцирован рядом экономических, политических и социальных причин, и сопрождался изменением системы социального воображаемого. Мужская идентичность теперь детерминирована не статусом, социальным положением и богатством, которое полагается демонстрировать, а самостоятельностью, компетентностью, заслугами: «мужчины «отказываются» от претензий на броскую внешнюю красоту: выдвигая взамен иные добродетели: хороший вкус, полезность, рациональность»[32]. Это добродетели эпохи Просвещения, к идеалам эпохи относится и естественность, вот почему за основу нового костюма был взят традиционный стиль британских сельских джентльменов, а образ галантного кавалера распался в социальном воображаемом на образы спортсмена и красавца.



Илл. 5. Новый мужской костюм XIX века.

Но помимо идеалов рациональности, как отмечает Ольга Вайнштейн, огромное влияние на смену образной системы оказал «античный бум», который вновь привлек внимание к идеальной фигуре и пропорциям красивого мужского тела: «Благодаря культу античности в моде сложилась уникальная ситуация: представления об идеальном греческом теле диктовали новый силуэт костюму. . . . Старый костюм буквально затрещал по швам: как-будто его попытались натянуть на на классическую статую»[33]. Таким образом, новые координаты образа мужественности располагались между естественностью, красотой тренированного тела и рациональным выбором вкуса и стремлением к идеалу.

Главным визуальным новшеством стало перераспределение объемов: впервые мужчины надели длинные брюки, в то время как верхняя часть костюма утратила гипертрофированный объем в средней части фигуры, более приблизившись к формам тела. Исчез так называемый «грушевидный силуэт», который был в моде до 1780 года. Верхняя часть фигуры приобрела объем, имитирующий атлетическое сложение, что достигалось при помощи подкладных плечей и припуска в верхней части рукава. Длинные брюки, которые существовали достаточно давно, но были признаком бедности и принадлежности к рабочему сословию (матросы, крестьяне, ремесленники) легализовали свое модное положение во времена Великой Фран-

[31] Ваи нштеи н О. Денди: мода, литература, стиль жизни. / О. Вайнштейн / М.: Новое ли- тературное обозрение, 2006. С. 108–109.
[32] Там же. С. 109.
[33] Там же. С. 112.

© Издательство «Эйдос», 2013. Только для личного использования.
© Publishing House EIDOS, 2013. For Private Use Only.

цузской революции. Штаны стали тогда буквально знаменем революции, а кюлоты приобрели политическую неблагонадежность. Моду на длинные брюки довели до совершенства английские денди, благодаря которым безупречные брюки стали символом элегантности. Именно дендизм воплотил тот образ мужественности, который оказал влияние на развитие мужской «моды столетия». Это образ идеальной красоты, воплощенного желания.

Дендистский дискурс желания противопоставлял себя женскому нарративу соблазна. Известно, что денди весьма нелестно отзывались о дамских нарядах и о самих дамах[34], их собственному облику была присуща определенная женственность, причем денди акцентировали этот андрогинный аспект. В манере денди О. Вайнштейн отмечает ироничность и холодность, склонность к розыграшам и подколкам, даже наглость как определенный код светского поведения[35], денди олицетворяли собой «светскую власть», что довольно близко к другому образу — ветреного либертина, разница лишь в том, что денди представляет собой образ Нарцисса, в то время как либертин должен обладать другим, чтобы утвердить себя[36]. Но и тот, и другой представляют собой образы объективированного желания и репрезентации превосходства: «желание быть замеченным, желание небезразличного взгляда. . ., [оно создавало] поле уникальной визуальной напряженности, в котором замыкались и разряжались друг на друге мощные сублимированные влечения — вуайеризм и эксгибиционизм»[37]. Так конструируется новый образ мужественности в социальном воображаемом эпохи.

Образы спортсмена и красавца соседствовали с образами делового человека и новым идеалом успешности. Изменения экономические и политические, индустриализация и исчезновение власти аристократии изменили представления о социальной успешности. Простой черный (и не только) костюм, придуманный и возведенный в идеал культурой дендизма, стал также униформой бизнесмена, в его систему значений включены были и протестантские ценности, такие как добродетель, честность, смирение. Эти коннотации черного, наряду с самоуничижением и самодисциплиной выделяет Д. Харви[38]. На самом деле, благодаря новым гендерным стратегиям дендизма, черный поменял свои коннотации, к нему добавилось то самое значение элегантности, которое в женский гардероб в XX веке введет Шанель. Однако главное значение черного — как цвета власти — сохранилось. В XIX столетии черный стал выражением мускулинности, он был противопоставлен яркости женских нарядов и в гендерной идентификации прочитывался как своего рода отрицание женственности[39]. Н. Чодороу отмечает, что гендерные идентификации мальчика в процессе становления его мужественности должны пройти через это отрицание, именно потому, что его мужественность выкристаллизовывается между отсутствующим (на работе или где-то еще) отцом и присутствующей матерью, с которой он должен растождествиться[40]. Именно поэтому черный костюм никогда не был детским, это была визуальная привилегия взрослых мужчин. И когда черный цвет вошел сначала в элегантный, а затем в повседневный гардероб женщин, он трактовался как мужской — цвет независимости, власти, свободы. Эту коннотацию деконструировали в 80-е годы японские и бельгийские дизайнеры, положив начало новой эстетике, в том числе и в области визуальной репрезентации гендера.

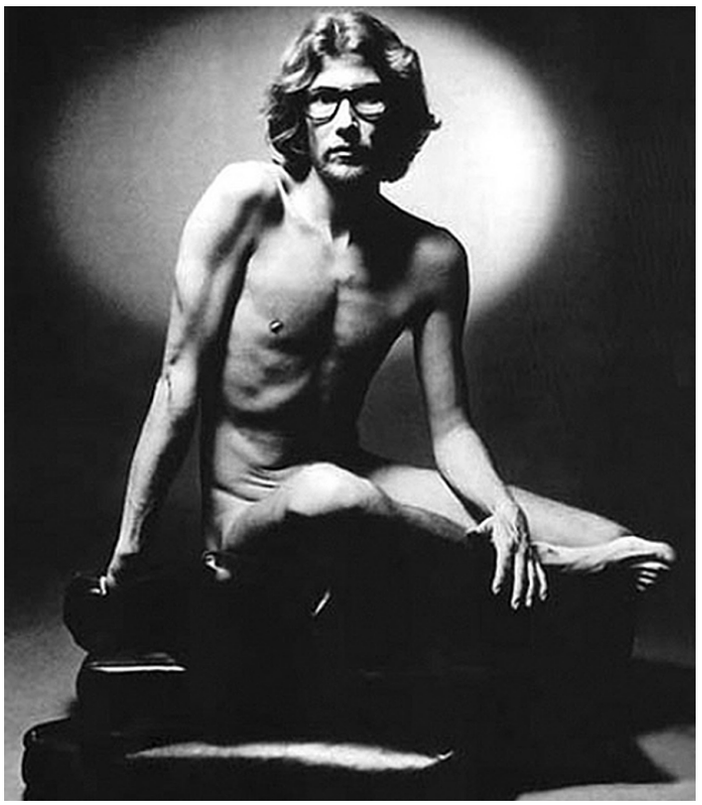
Прежде чем перейти к 80-м, с которых можно начать отсчет «мужской реконструкции», стоит бегло остановиться на той системе образности, которую породил XX век. Параллельно с трансформациями образа женственности в эпоху модерна продолжали быть актуальны мужские идеалы спортсмена и красавца. Более того, образ спортсмена взял на себя максимальное количество культурно релевантных коннотаций «чистой мужественности» — это образ, который акцентирует соревновательность, силу воли, агрессивность (остающуюся под контролем), достижение победы любой ценой. Спорт, как отмечает М. Месснер, «является важнейшим фактором, который поддерживает традиционную концепцию мужского превосходства»[41], предоставляет мужчинам ритуальные практики общения, создает мужскую среду. Спорт формирует жесткое мужское тело и легализует социальное насилие, легализует превосходство над женщинами[42].

В кинематографе, который оказал большое влияние на социальное воображение XX века, мы можем наблюдать такие варианты этой образности как «жиголо» и «ковбой», а также «воин» (что, разумеется, соотносится с контекстом мировых войн). 1960-е вновь добавили мужскому образу женственности — именно с этого времени можно вести отсчет тенденции к образу андрогина, примерно тогда же в моде появляются специфические гомосексуальные дресс-коды. В это время, пока еще в одежде для досуга и в молодежной моде легитимизируются мягкие ткани и пастельные, а также яркие расцветки, а силуэт утрачивает привычный «пиджачный» объем в области плечевого пояса. Вскоре эти перемены коснутся и делового костюма — Джорджио Армани вводит в моду новый мужской (он же женский) пиджак — без подплечников, без жесткой проклейки бортов, без подкладки. Революция кроя пиджачной пары позволила переосмыслить такие коннотации мужественности как жесткость, власть, доминирование. При сохранении центральных образов красавца и спортсмена, оба этих образа изменяются, и изменяются существенно.

Появившийся в «бурные 60-е» образ длинноволосого женственного хиппи еще содержал в себе определенную долю традиционной мужественности — борода, сигарета/косяк, брутальность поступков и жестов. Примером может служить реклама духов YSL, для которой сам Ив Сен Лоран снялся обнаженным — хипповские кудри и хрупкость торса уравнове-

[34] Вайнштейн О. Денди: мода, литература, стиль жизни. С. 267-268.
[35] Там же. С. 243, 246, 252 и далее.
[36] Там же. С. 271.
[37] Там же. С. 285.
[38] Харви Д. Люди в черном. / Д. Харви / пер. с англ. М.: Новое литературное обозрение. С. 80, 152, 162.
[39] Там же. С. 208.
[40] См.: Чодороу Н. Воспроизводство материнства. / Н. Чодороу // Антология гендерной теории. Минск.: Пропилеи, 2000. с. 29 77.
[41] Месснер М. Маскулинность и профессиональный спорт. / М. Месснер // Антология гендерной теории. С. 226.
[42] Там же. С. 231–232.

© Издательство «Эйдос», 2013. Только для личного использования.
© Publishing House EIDOS, 2013. For Private Use Only.



Илл. 6. Реклама мужского парфюма ISL, 1971. На фото — Ив Сен-Лоран.

шиваются брутальными очками и разворотом плеч. Эта реклама 1971 года создала сразу несколько новых визуальных стандартов. Современный же образ уже полностью трансформировался в андрогина — визуальный ряд представляет два резко контрастирующих между собой мужских образа — мускулистые мачо и хрупкие андрогины.

При этом общественное сознание пока еще явно не готово к подобным переменам: откровенно сексуальные рекламные плакаты с мужскими изображениями, позволяющие усомниться в традиционной гетеросексуальности, не вызывают одобрения публики[43]. Появление нового образа — андрогинной мужественности — совпало по времени с новыми нормами открытости мужского тела и с новым смещением акцентов эротизации. Сегодня самым эротичным в мужском образе оказывается торс, а именно — пресс и ягодицы.

Образ «женственного мужчины» появился сначала в субкультурной среде. После хиппи 60-х появился глэм-рок 70-х, Д. Боуи и М. Болан, мужской макияж на сцене и в жизни, «новые романтики» 80-х с воротниками-жабо и оборками. И, как отмечает П. Черч-Гибсон, с этого десятилетия «взялись за

Илл. 7. Марк Болан. Сценический образ.

Илл. 7. Дэвид Боуи. Сценический образ.

мужскую одежду», что «объяснялось сильным желанием — продавать моду и модные товары молодым мужчинам по мере демографических перемен»[44]. П. Черч-Гибсон анализирует процессы, происходившие в Британии, однако ее анализ вполне можно распространить на всю Европу. Экономический бум, подросшие дети «детей цветов», новая идеология потребления как развлечения стали контекстом для возрождения мужской моды.

Новый образ мужественности потребовал ухоженности, знания модных трендов, умения себя подать — в него явно включились коннотации соблазна. Результатом стал и сам образ юноши-андрогина с акцентом на абрисах лица, и трансформировавшийся образ мачо. Зоной эротизма стали торс с рельефными мышцами и точеное гладковыбритое лицо. Благодаря кинематографу мужественность стала ассоциировать-

[43] Памела Черч-Гибсон приводит пример с рекламной кампанией Calvin Klein. По требованию публики плакат с Тревисом Фиммелем мускулистым серфингистом с идеальным телом, но мягким взглядом, покатыми плечами и длинными волосами был снят. Его заменил образ профессионального футболиста Фредди Люнберга с бритой головой, татуировками и «футбольной биографией». «Его можно было показывать полуобнаженным, не создавая сексуальной двусмысленности. . . [он] выглядел однозначно гетеросексуально, и, следовательно, не так угрожающе». Черч-Гибсон П. Маскулинность на рубеже тысячелетий. С. 42.

[44] Черч-Гибсон П. Маскулинность на рубеже тысячелетий. С. 45.

© Издательство «Эйдос», 2013. Только для личного использования.
© Publishing House EIDOS, 2013. For Private Use Only.

Илл. 8. Коллекции осень-зима 2013 с Парижской недели мужской моды.

ся с модой — так, фильм «Американский жиголо» помог Джорджио Армани завоевать американский рынок, а киноэстетика и реклама изменили взгляд — теперь в объективе не женское тело как объект любования, а мужское, что также свидетельствует о смешении образов желания и соблазна. Если в способах демонстрации — и обретения — женственности можно видеть «потерю» и «нехватку» женственности, появление анти-женственности, но не присвоения мужских черт (как это было в первой трети XX века), то в мужском образе происходит именно экспроприация женского — вплоть до движения «мужчины в юбках», и это вовсе не означает смещения в сторону гомосексуальности.

Новая мужественность легализовала взгляд мужчины на мужчину, этот феномен был назван «гомосоциальностью»[45], и породил определенные социальные сложности — поскольку гомосексуальные ассоциации все же возникают. Таким образом, присвоение коннотаций соблазна «сдвигает» образ мужественности в сторону гомосексуальности и требует «гомозрительского» взгляда[46]. Желание по-прежнему остается мужским дискурсом, в то время как нарратив соблазна может конституировать как женский, так и мужской образ. Гендерная идентификация и визуальные коды ее репрезентации, таким образом, оказываются в современной культуре визуальными маркерами границ субъективности, позволяя индивиду верифицировать свою идентичность, заимствуя и присваивая воображаемые коды другого гендера.

[45] Понятие гомосоциальности обосновала Е. Седгвик. См.: Sedgwik E. K. Between men: English litterature and Male Desire. / E.K. Sedgwik / NY., 1985. См. также Mort F. Culture if Consunption: Masculinities and Social Space in late Twentieth-century Britain. / F. Mort / London, 1996.

[46] Термин Шона Никсона приводит в своей статье П. Черч-Гибсон. См.: Nixon S. Hard looks: masculinity, Spectatorship and Contamporary Consumption. / S. Nixon / London, 1996. P. 201.

© Издательство «Эйдос», 2013. Только для личного использования.
© Publishing House EIDOS, 2013. For Private Use Only.