СИЛА МЫСЛИ



ЛОРРИ
ПЕННИ

АНДЖЕЛА
МАКРОББИ

ЖЕНСКОЕ ТЕЛО

СЕКСУАЛЬНАЯ ЭКСПЛУАТАЦИЯ НА ЗАПАДЕ

Анджела Макробби
Лорри Пенни

Женское тело. Сексуальная эксплуатация на Западе

Серия «Сила мысли»

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=74682026
Женское тело. Сексуальная эксплуатация на Западе:
ISBN 978-5-00269-281-1

Аннотация

Женское тело в современной западной культуре превратилось одновременно в фетиш и при этом в поле общественной борьбы. Вокруг длины юбок, ширины талии и размера груди ломаются копья, организуются и распадаются политические союзы.

В этой книге Лорри Пенни и Анджела Макробби раскрывают механизм эксплуатации женского тела в США и Европе. По их мнению, неолиберализм начиная с 1970-х навязывал женщинам озабоченность своими и чужими телами. Эта политическая технология помогала властям в разобщении женщин, в насаждении индивидуализма и атомизации.

Книга, которую вы держите в руках, определила всё движение бодипозитива 2010-х годов. Именно она стала теоретической

основой для массового, по-настоящему народного активизма и реальных политических изменений.

В формате PDF A4 сохранен издательский макет книги.

Содержание

Мясной рынок. Сексуальная эксплуатация на Западе 6
Благодарности 6
Введение 8
Глава 1 15
Конец ознакомительного фрагмента. 39

Лорри Пенни, Анджела Макробби Женское тело Сексуальная эксплуатация на Западе

© Пенни Л., 2026. © Макробби А., 2026
© Катайцева Э. С., перевод, 2026
© Нигматулин М. В., перевод, 2026
© ООО «Издательство Родина», 2026

Мясной рынок. Сексуальная эксплуатация на Западе Лорри Пенни

Благодарности

Если бы я хотела выразить признательность всем, чья любовь и внимание помогли мне написать эту книгу, то не хватило бы места для глав. Однако особую благодарность я должна выразить:

Джеймсу Батлеру, Роз Кавени, Эдриану Ботту, Люси Бонд, Керри Норман, Марку Брауну, Саше Гарвуд, Джесс Маккейб, Тане Голд, Уоррену Эллису, Чайне Мьевиль и моей фее-крестной Кэт Хаудл за их редакторский вклад и моральную поддержку.

Энди Мэю, Алексу Беттериджу и Элу Моррису, трем самым замечательным людям, которых я знаю, – за их страсть и дружбу в самые мрачные времена нашего двадцатилетия. Крису Надену – за его неустанное руководство и мудрость.

Нине Пауэр – за ее острый феминистский интеллект и за то, что познакомила меня с книгами Zer0. Тарику, Марку и Эмме из Zer0 – за то, что терпели, когда я двадцать раз меняла название.

Особую благодарность выражаю «Кубинскому фонду левых инициатив в Европе», женской секции Международной координации революционных партий (ICOR), русским друзьям и всем тем, без кого книга не вышла бы, но кого я не могу здесь назвать по соображениям безопасности (Ми5 смотрит).

Джермейн Грир – за то, что так любезно откликнулась на мою восторженную переписку десятилетней давности.

Моим родителям, Джейн и Рэю, за их терпение и любовь; моим младшим сестрам за то, что они давали мне повод для борьбы; и, наконец, Майклу Пенни, который показал мне путь к книгам.

Введение
Брендированные тела

Почему мы так боимся женских тел? Спустя примерно четыре десятилетия после того, как женщины в большинстве западных стран добились полной юридической равноправности, наши общества продолжают тщательно культивировать строгую, постановочную ненависть к женской плоти. Какими бы ни были наш возраст, раса, тип телосложения и социальный статус, женские тела остаются объектом наказания и контроля. Нас ежедневно бомбардируют тысячами сообщений, утверждающих, что мы недостаточно молоды, недостаточно стройны, недостаточно белы и недостаточно покорны. Эти послания приходят к нам – скрыто и откровенно – через кино, телевидение, рекламу, печатные медиа и случайные контакты, и от них нет спасения. Загнанные в ритуалы потребления и самодисциплины, питающие раздутый глобальный рынок красоты, диет, моды и ухода, три четверти женщин в странах с изобилием еды ежедневно голодают, пытаясь занимать как можно меньше места. И даже если нам удаётся добиться хоть какого-то подобия идеального физического контроля, которого от нас требуют, мы понимаем, что наши тела нам не принадлежат: мы постоянно рискуем стать жертвами сексуального насилия и убийства; каждая пятая женщина в Британии и Америке подвергается

изнасилованию, а остальные живут в страхе перед ним. Мы должны всегда выглядеть уверенными и сексуально доступными, но нас стыдят и изгоняют, если мы проявляем высокомерие, амбициозность или любое выражение эротического желания. Повсюду, во всех сферах жизни женщин, физический контроль, самодисциплина и стерильная сексуальная демонстративность становятся паролями нового гендерного единообразия, которое брендом вжигается в саму нашу плоть.

Женская плоть – это мощный ресурс. Даже в обществах, где женщины формально уравнены в правах, именно на них по-прежнему ложится обязанность рожать и воспитывать детей, выполнять большую часть домашнего и заботливого труда полностью бесплатно – зачастую вдобавок к полной оплачиваемой работе вне дома. Кроме того, свыше 80 % всего, что продаётся в развитых странах, покупается женщинами, обеспечивая критически важный двигатель потребления, необходимого для поддержания неолиберальных режимов производства. Современные экономики буквально зависят от оплачиваемого и неоплачиваемого труда женщин, их покупательной способности и репродуктивного потенциала. Тот факт, что у женщин есть такая сила, невыносим; угроза мятежа слишком велика.

Если потребительское общество хочет сохранить привычный себе образ существования, необходимо, чтобы эта скрытая сила была присвоена, укрощена и сделана послушной.

То, как современный капитализм подрывает женские тела – через рекламу, порнографию, организацию гендерного труда и структуру домашнего конфликта, – не является частными неприятностями, не имеющими значения для мира в целом. Это необходимые оковы в надстройке угнетения, ставшей столь фундаментальной частью женственности, что она фактически стала невидимой. Эта надстройка жизненно важна для самого выживания патриархальной капиталистической машины. Если бы завтра все женщины мира проснулись, почувствовав настоящую силу и позитивное отношение к собственным телам, мировая экономика рухнула бы в ту же ночь.

Эта небольшая книга – попытка проследить некоторые из способов, которыми женские тела маргинализуются и контролируются в условиях позднего капитализма. В четырёх главах – о сексуальности, расстройствах пищевого поведения, гендерном капитале и домашнем труде – «Мясной рынок» очерчивает параметры торговли женской плотью как сексуальным и социальным капиталом и показывает, как женщины отчуждаются от своих сексуальных тел и вынуждены покупать основы собственной гендерности.

В своей несправедливо забытой книге «Диалектика пола» Шуламиф Файерстоун определила этот процесс как кампанию по отчуждению женщин от «средств воспроизводства». Развивая идеи Маркса и Энгельса, Файерстоун выступала за «материалистическое понимание истории, основанное на са-

мом поле». Именно такое материалистическое видение гендера и общества пытается предложить «Мясной рынок». Что может быть более материальным, в конце концов, чем тело и идея тела?

«Мясной рынок» не тратит время на извинения за феминизм или объяснения того, почему феминизм остаётся жизненно важной формой мысли почти век спустя, после того как женщины начали добиваться избирательных прав. Другие книги, эссе и активистские группы проделали значительную работу за последние пять лет, отмечая появление нового поколения феминистских агитаторов по всему западному миру и за его пределами. В духе уважительного исследования «Мясной рынок» посвящает место рассмотрению некоторых аналитических тупиков современного феминистского мышления, включая определённую бедность материалистического анализа, которая душит действие и закрывает дискуссию. В особенности поднимаются вопросы секс-работы и статуса трансгендерных женщин внутри движения – в надежде, что феминизм вскоре сможет двигаться к более глубокому пониманию политической целостности и практических основ женского угнетения.

«Мясной рынок» – не полное исследование и не изолированная работа. Эта книга – часть нового феминистского движения, и она многим обязана работам Белл Хукс, Шуламиф Файерстоун, Глории Стайнем, Жермен Грир, Нины Пауэр и Наоми Вульф. Никто не писал о маргинализации тел

западных женщин более мощно, чем Вульф, чьё лиричное описание «железной девы» – тирании красоты и телесного фашизма, навязанного женщинам по всему миру, – страдает лишь от недостатка связи между этим угнетением и более широкими вопросами труда, власти и работы, а также от нежелания поставить под сомнение материальные основания западной женственности.



Реклама Dior 1980-х создавала нереалистичные стандарты красоты

Недостаточно помещать физическое угнетение женщин только в сферу сексуальности, как это делали многие феминистские мыслители. Сексуальное подавление, репрессии и угнетение никуда не исчезли, но они лишь часть стратегий, с помощью которых женские тела культурно контролируются как потенциальные очаги бунта. К концу XX века частичное отделение репродукции и труда от сексуального акта – вследствие широкого распространения контрацепции в большинстве стран Запада – означало, что постфордистский капиталистический контроль над гендерным трудом женщин должен был выйти за пределы сексуального и распространиться на субстанциальную, питательную и семиотическую архитектуру гендера и физичности самой по себе.

Поздний капитализм буквально клеймит женские тела. Он обжигает нас своим тавром, болезненно вжигая его в плоть, прижигая рост и стерилизуя протест. Женственность стала брендом – узкой и всё более сужающейся формулой коммерциализированной идентичности, которую продают обратно женщинам, отчуждённым от собственной силы как живых, любящих, трудящихся существ.

С того момента, как мы становимся достаточно взрослыми, чтобы хотеть принадлежать самим себе, корпоративный образ женственности отпечатывается в нашем подсознании,

выжигается у нас в мозгу, напоминая нам, что мы – скот, что мы – собственность, что мы должны стремиться к подчинению и что нам никогда не быть свободными. Не всё начинается с сексуальности, но эта книга – да.

Глава 1
Анатомия современной фригидности

Секс продается. Это наше оправдание для всего.
Секс-индустрия стала каждой индустрией.
– Ариэль Леви

Сексуальные тела женщин вышли из-под контроля. Оглянитесь: подростки, которым следовало бы пить литрами имбирный эль и ходить на пикники, носят стринги и слушают Лили Аллен. Дети преступно роются в порнографических пеналах друг друга. Даже младенцы теперь рождаются с изображением кролика Playboy, втатуированным прямо на глазные яблоки. Их же вина, маленькие шлюшки, за то, что посмели взглянуть в будущее.

После публикации книги Ариэль Леви «Самки-шовинистки» в 2006 году западное общество наконец пришло к выводу, что тип сексуальности, который продают молодым женщинам в XXI веке, вполне может быть ни положительным, ни расширяющим возможности. «Культура похабности», как стали называть среду журналов для пацанов, гоу-гоу танцев и проектов вроде «Girls Gone Wild», без сомнения, является стратегией контроля. Патриархальный капитализм и впрямь поощряет молодых женщин участвовать в культуре монетизированной, дезодорированной сексуальной

сделки под именем «выбора» и «расширения прав и возможностей», затушевывая экономическую основу любой сексуальной работы, оплачиваемой или нет.

Однако сопротивление культуре похабности – не полный ответ на маргинализацию женских тел в современном обществе. Журналы с обнаженкой и сексуальные танцы – это симптомы проблемы, но не сама проблема. А направление в современном феминизме, которое сосредоточивает свои усилия на написании гневных писем редакторам таких журналов, как Nuts и Playboy, столь же непрочно, как выброшенный стрингер стриптизерши. Чтобы понять механизмы объективации и телесной маргинализации, которые увековечивают борьбу женщин, мы должны культивировать более амбициозное видение сексуальной диалектики.

Обратная сторона сексуализации

Единственная история, которую рассказывают сегодня о сексуальности женщин, изображает их в виде некоей низменной развязности. Взрослое общество теперь признает, что необходимость расти в граде медийных сообщений, поощряющих женскую эротическую доступность, может немного запутать молодых женщин, которые борются с сексуальными чувствами и боятся заработать позорное клеймо проститутки. Но та же самая диалектика осуждает молодых женщин как распутных потаскух, которые занимают-

ся сексом направо и налево, напиваются до беспамятства и торуют свои никчемные аттестаты в ливневые стоки, спустив трусы до колен. Современные молодые женщины, якобы неспособные взглянуть на глянцевый журнал, не забеременев, не став анорексичками или не сделав и то, и другое сразу, представляются особыми объектами жалости и презрения. Этот ликующий ужас перед женской распущенностью навязывается как правыми, так и левыми экспертами и не имеет почти ничего общего с феминизмом.

«Произошли изменения в сексуальном поведении молодых женщин, но они не так драматичны, как это преподносят СМИ, – говорит доктор Петра Бойнтон, секс-педагог и ученый. – Большинство молодых людей по-прежнему не теряют девственность до шестнадцати лет. Если взять поколение, которому сейчас за сорок и пятьдесят, многие из них в молодости занимались сексом очень много, и часто без защиты. Будучи взрослыми, мы очень быстро смотрим на молодых и говорим: “О, боже, разве они не ужасны?” Но многие разговоры, которые якобы выражают заботу о молодежи, на деле оказываются очень морализаторскими по поводу их поведения и превращаются в дискуссии о том, что им следует и не следует носить, говорить и делать».

В этом понимании сексуальной жертвенности, конечно же, присутствует классовый элемент. Газетные статьи-«страшилки» о подростковой беременности неизменно сопровождаются постановочными фотографиями яростно курящих

молодых женщин, катящих коляски по районам социального жилья и хмурящихся; в респектабельных журналах и политической риторике это превращается в двусмысленные отсылки к «девушкам из неблагополучных районов». «Сексуализация» – это прекрасно, когда родители из среднего класса заказывают ящики шампанского на вечеринки по случаю шестнадцатилетия своих детей-подростков, но совершенно неприемлемо, когда слушающие хип-хоп дети рабочего класса пытаются «отпустить себя». «Сложилось представление, что беременеют только определенные молодые девушки, – объясняет Бойнтон. – Это плохие девочки-подростки, которые наряжаются в короткие юбки и идут гулять по городу. Класс часто ассоциируется с наихудшими аспектами негативных сексуальных стереотипов».

В 2010 году британский таблоидный фотограф снял 20-летнюю помощницу учителя Сару Лайонс, которая резвилась в центре Кардиффа с парой трусов на щиколотках, и она на время стала лицом женского порока по всему миру. Не важно, что она не обнажала никаких неприличных мест; не важно, что танцы с парой трусов на щиколотках – совершенно законное поведение; не важно, что трусы в question были не те, что она носила, а комические трусы с Дэвидом Хасселькоффом, которые друг подобрал в баре. Не важно, что бедная мисс Лайонс принимала курс антибиотиков и была, по сути, абсолютно трезва в тот момент: новая икона пьянствующей мужеподобной женщины повсюду была отстране-

на от работы в ожидании дисциплинарного разбирательства за сомнительное преступление – веселье на публике.

Речь шла о газете NewsCorp The Sun, на знаменитой третьей полосе которой каждый день появляются топлес-модели – часть публичной диалектики, которая имеет проблемы только с женщинами, танцующими в трусах на публике, когда им за это не платят. В буре общественного морального одобрения, последовавшей за этим, колумнист Квентин Леттс обвинил феминизм в порождении «целого поколения распутных дам-хулиганок».

«Британские девушки стали толстолицыми "ладетками", с мурашками на коже обнаженных бедер, которые цокают по тротуару по пути на уикенд-дискотеку, пункт назначения – постель очередного паренька… Старшие поколения назвали бы этих женщин "проститутками" – и были бы правы».

Не удовлетворившись бодишеймингом, насмешками над телами и одеждой женщин и навешиванием на нас ярлыков «шмары» за любую попытку присвоить свое собственное сексуальное желание, Леттс далее объявляет феминизм источником всех социальных зол, делая один за другим запыхавшиеся, багровые от злости экскурсы в подростковую беременность, упадок традиционного брака, наркотики, свободную любовь и иммиграцию как симптомы этой предполагаемой пандемии женского вырождения. Не важно, что орды слюнявых молодых амазонок, якобы бродящих по улицам

нашей славной нации в диком похотливом угаре, с помутневшим взором, пьяные, размахивающие бутылками в членобешенстве, на самом деле никому особо не мешают: женщины по-прежнему совершают лишь 14 % насильственных преступлений в Британии и Америке, но нас все равно винят в развале общества, когда все, что мы когда-либо хотели разрушить, – это скрипучие эдикулы морального осуждения и сексуальных репрессий.

Новые поборники нравов

Эта ожившая пуританская мораль отбрасывает зловещую тень из-за настойчивых утверждений об абсолютном либертинаже современной культуры, когда любое открытое сопротивление эротической ортодоксии рекламной и порноиндустрии воспринимается как нечто «антивеселое»: утомительное отвлечение от возникающей утопии западной освобожденной гедонии. Призрак на этом пиру – фригидность меркантильного эротизма, и именно поэтому почти каждая публичная дискуссия о сексуальной морали не проводит различия между жестоко стандартизированным трафиком сексуальных знаков в потребительской культуре и самим сексом. Предположение, стоящее за напыщенным моральным посылом, проповедуемым сторонниками «семейных ценностей», заключается в том, что раз нас окружают образы эротического капитала, то и реального секса, в его влажном и зады-

хающемся смысле, должно быть больше. Это совершенно не так. То, что нас окружает, – это не сам секс, а иллюзия секса, ретушированное видение навязанной, грубой сексуальности, столь же стерильное, сколь и неумолимое.

Реклама окружает нас тем, что должно быть изображениями чувственного наслаждения: от рекламы Herbal Essences до знаменитой сорокалетней кампании для шоколадного батончика Cadbury's Flake, лица белых женщин застыли в том, что мы привыкли понимать как оскал симулированного блаженства, их глаза элегантно закрыты, они вечно отворачиваются, словно смущенные оргазмическим эффектом товара Икс. Но с этой картинкой что-то не так. Один из лучших современных актов контркультуры в чистом виде – это сайт Beautiful Agony, групповой проект, где анонимные участники присылают короткие видео своих лиц в момент оргазма. Наблюдая за волосатыми австралийскими байкерами и немытыми дамами средних лет, которые рычат, пыхтят и корчат рожи, как шимпанзе в период течки, понимаешь, насколько велика ложь, совершенная меркантильным эротизмом. У собранных видео, сотни которых присылаются каждый месяц, есть одно общее: ни одно из них не заставило бы вас купить шоколадку в угловом магазине.

По оценке Жана Бодрийяра, первой задачей сексуальной контркультуры в условиях позднего капитализма должно быть различение эротики как обобщенного измерения обмена в наших обществах и собственно сексуальности. В «эро-

тизированном» теле преобладает социальная функция обмена. Эротическое – никогда не в желании, но в знаках. Именно здесь все современные цензоры вводятся в заблуждение (или довольствуются этим) – факт в том, что в рекламе и моде обнаженные тела отказываются от статуса плоти, секса, конечности желания, инструментализируя, скорее, фрагментированные части тела в гигантском процессе сублимации, отрицая само упоминание тела.

«Фрагментированные части тела», которые описывает Бодрийяр, являются ключевой особенностью рекламного эротизма: отделенные от тела части, особенно женщин, фетишизируются как символы сексуальности, к которой они не могут получить доступ. Пена от шампуня стекает по обнаженным торсам в мягком фокусе; белье натянуто на идиотски выставленные пахи; и повсюду, на обложках книг, пачках хлопьев и коробках с гигиеническими прокладками, отделенные от тела ноги в шпильках олицетворяют милый, женственный потребительский императив, который призван заместить подлинный эротический импульс с той же искренностью, с которой О'Брайен в романе Джорджа Оруэлла «1984» поклялся, что партия уничтожит оргазм. Перефразируя Оруэлла, если вы хотите представить будущее феминизма, вообразите каблук, опускающийся на лицо женщины – навсегда.

Обучение эротическому капиталу

Различие, которое Бодрийяр проводит между эротическим капиталом и собственно сексуальностью, должно быть понято как реальная черта современных сексуальных нравов. Молодые люди, растущие под давлением необходимости «соответствовать» во всех аспектах своей жизни, обнаруживают, что подражают роботизированному капиталистическому эротизму, имеющему мало общего с их собственными законными желаниями.

У меня есть яркое воспоминание о том, как меня, угрюмую четырнадцатилетку, заставили участвовать в музыкальном конкурсе с другими девочками из моего класса, где мы все исполнили версию популярного музыкального видео перед всей школой, во имя «Духа Дома». Я голосовала за «No Feelings» The Offspring, но в итоге было решено, что мы все нарядимся в костюмы «школьниц» (отличные от нашей настоящей формы) и попытаемся воссоздать «Baby, One More Time» Бритни Спирс.

Тем, кто находился на деликатной стадии подросткового возраста, предоставили накачанные туалетной бумагой груди; мы рисовали фломастером фальшивые веснушки поверх настоящих, и когда настал день, подпевали словами, взывающими к некоему расплывчатому мужскому шифру совершить неопределенные акты случайного сексуального наси-

лия. Толпа пришла в восторг. Мы не были хороши; мы даже не облажались настолько слаженно плохо, чтобы заслужить очки за чистую хаотичную гениальность. Это было плаксивое, неуклюжее зрелище подростковой сексуальной мимикрии, усугубленное присутствием трех бойких учениц театральной школы, пускавших пузыри из жвачки в первых рядах и задиравших юбки. Как и Бритни, которая на тот момент еще не совершила преступления, повзрослев, мы были странным дрэг-представлением, обыгрывающим пластифицированную версию взрослой сексуальности. Мы сорвали самые громкие аплодисменты вечера.

Нас дисквалифицировали.

Что наше выступление слишком ярко выразило для родителей-судей, так это нашу невинную тревогу от желания вовлечь себя в культуру обязательной сексуальной реализации. Мы с раннего возраста усвоили, что наши телесные желания являются меньшей частью нашего сексуального развития: для молодых людей гораздо важнее – создание и поддержание эротического капитала.

Подростковая сексуальность, как ее понимают и продают старшие поколения, стала ритуализированным актом эротического дрэга: мрачной, без улыбки, обязанностью – многозначительными взглядами, кокетливыми дутыми губками и безжизненным сексом, – которую должен выполнять любой молодой человек, желающий продвинуться социально или экономически. Молодые люди не просто находятся во вла-

сти культуры порно и рекламы, которая стремится нас сексуализировать; мы всегда были чем-то большим, чем просто целевая аудитория. Что многие из нас очень хорошо понимают, так это то, что сексуальная игра и самообъективация являются формами работы: обязанностями, которые должны быть предприняты и усовершенствованы, если мы хотим продвинуться.

Порнография является частью этого языка эротического долга, и любое обсуждение «порнификации» современной молодежной культуры должно пониматься в этом контексте. Порноиндустрия стоит около 14 миллиардов долларов только в Америке, и взрывной рост количества онлайн-порноматериалов, свободно доступных молодым потребителям, обеспечивает хор для потребительского маскарада параноидальной, ритуализированной, повторяющейся нормативности. Феминистка-ученая доктор Нина Пауэр объясняет, что «ранние истоки кинематографической порнографии рассказывают совсем другую историю о репрезентации секса… такую, которая наполнена меньше накачанными, выбритыми телами, избивающими друг друга до подчинения, чем сладостью, глупостью и телами, которые не всегда функционируют и мурлычут, как хорошо смазанная машина».

Пауэр права: когда лица вообще можно разглядеть, никто в современном порно не выглядит так, будто ему очень весело.

Повсеместность этого мягко-насильственного прочтения

порнографии может быть крайне озадачивающей для молодых людей. Пропитанные стыдящей пропагандой наших старших и лишенные, по большей части, каких-либо альтернативных образовательных или культурных моделей сексуальности, многие из нас начинают свои плотские походы с попыток воспроизвести мотивы порно.

Молодые люди, как мужчины, так и женщины, подорваны этой изматывающей, неумолимой эротической моделью. Я знаю по крайней мере одного молодого человека, который во время своего первого сексуального опыта с женщиной с ужасом обнаружил, что от него не ожидали, что он вынет и эякулирует на лицо партнерши. Он понял из просмотра порнографии, что такой опыт – это то, чего хотят все женщины.

Формальные правила порнографии позднего капитализма являются точкой опоры современной сексуальной бесчувственности: бесконечное парада отделенных от тел членов, входящих в отверстия, безрадостная, работающая как поршень сборочная линия индустриальной сексуальности, которая постоянно стремится монетизировать новые пределы «хардкора», выдоить больше спермы, растянуть сфинктеры шире и открыть отверстия для двойных, тройных, четверных порций безымянного генитального мяса. Наоми Вульф в 1991 году описала, как порнографические знаки стали «населять сексуальные фантазии мужчин и женщин насилием, помещая железную деву в сердце тьмы каждого и выжигая едкими видениями плодородную почву детского воображе-

ния, делая ее стерильной. На сегодняшний день миф побеждает в своей кампании против нашей сексуальной индивидуальности».

Энтропия и ирония

Значительная часть процесса, посредством которого мотивы современного порно проникли в мейнстримную культуру, оправдывается легкомысленными заявлениями со стороны продюсеров и рекламодателей о том, что эта жестокая объективизация молодых тел якобы «иронична». Оправдание слабое; однако ирония реальна. Пародия на сексуальность, принятая амбициозными молодыми людьми, – не что иное, как ирония: как мы можем быть хоть сколько-нибудь самосознательными и не постигать мрачно-комическое отчуждение эротического труда?

Ирония на самом деле является одним из немногих подлинных мотивов западной эротической культуры начала XXI века. Некий китчевый, с подмигиванием, образ «шалости» настойчиво продвигается как детям, так и взрослым – от продажи покрывал и рюкзаков в стиле «Лолиты» до возрождения «бурлеска», который был переведен из своих корней в протестном театре рабочего класса в благообразный буржуазный пакет сексуальной объективации, завернутый в вееры из перьев и дорогие корсеты.

Пока поп-звезды и телеведущие наперебой рвутся покру-

тить сосочными кисточками, бизнес-леди и суперзвезда бурлеска Дита фон Тиз разглагольствует о том, что она называет «искусством дразнить»: «Я продаю, одним словом, магию. Бурлеск – это мир иллюзий и грёз и, конечно же, стриптиза… Как исполнительница бурлеска, я заманиваю свою аудиторию, приближая их мысли всё ближе и ближе к сексу, а затем – как и должна хорошая искусительница – вырываю его».

«Дразнилка» – это крик из сердца капиталистического сексуального манифеста. То, что продается, – это именно иллюзия: кемповая, в стиле «ку-ку» фригидность, которая оставляет потребителя ослепленным и ненасытным.

Апологеты бурлеска как искусства склонны восторгаться «расширяющей возможности» природой «дразнилки», которая потеряла все свои андеграундные заслуги в тот момент, когда буржуазные спортзалы начали предлагать фитнес-классы по бурлеску. Polestars, одна из крупнейших компаний, проводящих такие занятия в Великобритании, утверждает, что предлагает «шанс для современной женщины освоить старое искусство соблазнения и улучшить свое тело… выпустите свою внутреннюю проказницу в дерзком бурлеск-стиле!».

Иногда твоя внутренняя проказница просто не хочет выходить и красиво играть. Я продержалась шесть месяцев в роли бурлеск-танцовщицы-подростка, пока все эти дерзкие улыбки не начали причинять боль моему лицу.

Кролик и бренд

Внезапная повсеместность логотипа Кролика Playboy прекрасно иллюстрирует это милое отчуждение рыночных эротических знаков от потной реальности секса. В начале XXI века Кролик начал неумолимо прыгать в мейнстрим, появляясь на пеналах, заколках для волос и других товарах, ориентированных на детей. Первыми отреагировали феминистские активистки с благими проектами вроде «Bin the Bunny» («Выбрось Кролика»), пытаясь просветить юных девочек о вредоносной природе порноиндустрии; затем бригада «семейных ценностей» захватила Кролика как символ морального упадка. Лидер британских консерваторов Дэвид Кэмерон выступил против кролика в своей избирательной кампании 2010 года, заявив: «Когда видишь маленькую девочку в футболке с кроликом Playboy, это неправильно, не так ли?»

Но сама империя Playboy давно пришла в упадок. За полвека с тех пор, как Глория Стайнем внедрилась под прикрытием в «Дом Плейбоя», чтобы разоблачить сентиментально-мизогинную версию белой, покорной гетеронормативности, продвигаемую империей Плейбоя, Хефнер был гораздо менее успешен как сутенер и порнограф, чем как специалист по брендингу; даже постоянно сменяющийся состав самих «Подружек месяца» в значительной степени игнориру-

ется популярной прессой, а хвостик и пышные уши выглядят обвисшими и устаревшими в суровом свете знаменитостей XXI века. Когда в 2009 году империя Playboy была выставлена на продажу, покупателей больше интересовал логотип, чем остальная часть рассыпающейся, импотентной компании: «Этот бренд – не просто секс, – заявила Reuters Келли О'Киф, специалист по брендингу из Университета Содружества Вирджинии. – В нем есть утонченность, есть стиль жизни, есть свобода».

Утонченность, стиль жизни и свобода находятся за миры от неуклюжих, неловких, липких откровений, которые неизбежно сопровождают первое десятилетие сексуального опыта. Фантазия, конечно, глубоко вовлечена в физичность секса, который происходит на задыхающейся границе между мечтой и выделениями, но Кролик Playboy олицетворяет абсолютный разрыв фантазии от физического факта. Бренд Кролика – это лакановская игра знаков, беззаботно отскакивающих от любой означиваемой сексуальности.

Вряд ли можно утверждать, что повсеместность логотипа Playboy Bunny или его популярность среди юных девочек являются позитивными явлениями, но должно быть понятно, что то, что здесь вызывает возражения, – это не секс, а символ: черно-белый, безгубый, безликий символ задорной, протезной сексуальности, чье отчуждение от плоти и интимности реального секса может быть поставлено на поток. В основе своей ортодоксия Кролика отторгает человеческую

личность, как объяснил сам Хефнер: «Подумайте о типе девушки, которую мы сделали популярной: Подружка месяца. Она радостная, шутливая, никогда не утонченная… нас не интересует загадочная, сложная женщина».

Кролик символизирует эротический капитал, в отличие от переживаемого опыта плоти. Как знак, он подавляет те сексуальные предпочтения, которые призван обозначать. Опрос 2010 года среди неженатых американцев в возрасте от 18 до 29 лет показал, что многие имеют слабое представление даже о распространенных методах контрацепции, таких как презервативы и таблетки, но когда мы впервые увидели Кролика на наших ланчбоксах, у нас было шаловливо-аморфное понимание того, что он должен означать. И одно можно сказать наверняка: когда пятидесятилетний резиновый штамп с кроликом в бабочке становится международно признанным знаком для «танчика папы и мамы», можно смело сказать, что с нашим пониманием сексуальности произошло нечто ужасное.

Голодающие сердца

Здесь налицо ужас перед плотью: резиновое капиталистическое отвращение к мясу и интимности человеческой сексуальности. Современные цензоры неизбежно вводятся в заблуждение относительно природы потребительской фригидности, потому что их соучастие – необходимая часть трюка:

стратегическое отчуждение сексуальных потребителей от их эротических «я» опирается именно на цензуру, чтобы размыть различие между сексуальной интимностью и эротическим капиталом, только один из которых можно производить массово. Такое безрадостное видение эротизма выглядит острым и захватывающим только потому, что у молодых и похотливых больше не с чем работать.

Устаревшие парадигмы сексуальной морали контролировали сексуальность молодых людей с помощью различных инструментов ржавого эротического torture, от туго зашнурованных стальных корсетов до шипастых футляров для гениталий, предназначенных для предотвращения мастурбации у юношей. Наша «свободная», либертинская эпоха веселого меркантильного эротизма требует от нас интериоризировать корсет и шипы; голодать, страдать, тратить, наряжаться и выступать, занять свое место в монетизированном параде сексуальной дефицитности, тогда как на самом деле мы всегда жили в эпоху эротического изобилия.

Сочащаяся и щекочущая реальность секса в реальном времени, которую нельзя ни контролировать, ни массово производить и продавать нам обратно, угрожает и капиталу, и цензуре. Пристыжение выбора молодых людей при одновременной бомбардировке нас грохочущими, пластифицированными, порнифицированными видениями отчужденной сексуальности создает впечатление сексуального дефицита, которое служит обеим повесткам. Но если люди чем-то

и владеют по праву и от рождения, так это изобилием плоти, изобилием грязи, секса и возвышенности. Только приняв это изобилие, мы сможем освободить себя.

Эротокапиталистический ужас перед человеческой плотью, и особенно перед женской плотью, – это патология, которой можно и должно сопротивляться. Если мы хотим освободиться от этой пагубной боязни плоти, мы должны научиться жить в собственном мясе. Мы должны отвергнуть узкий гроб выступления и совершенства, уготованный молодым женщинам и все большему числу молодых мужчин, и научиться вызывать и отвечать на свои собственные желания. Если мы когда-нибудь хотим достичь подлинной сексуальной свободы, мы должны быть достаточно смелы, чтобы сопротивляться безжалостной логине императивной эротической иронии.

Новая модель корпоративного пуританства на марше и то, что подвергается цензуре со всех сторон, – это как раз бодрийяровское «упоминание тела». Западное женское тело, которое, кажется, повсюду на дисплее, на деле маргинализировано и присвоено культурой монетизированной сексуальности, которая отчуждает нас от наших подлинных личных и политических «я».

Заметка о «проститутках»

Если мы хотим по-настоящему понять женское угнете-

ние на современном Западе, необходимо рассматривать объективацию и сексуальное самопрезентирование как труд. «Сексуальная продажа» – это реальный труд, поддерживающий социально предписанный уровень эротического капитала. От рабочих часов, потраченных на покупку и стратегическое использование одежды, причёсок и косметики, до фактического труда – диет, упражнений, создания и поддержания сексуального образа – самообъективация прежде всего является работой. Женская сексуальность, которая изо дня в день становится всё более синонимичной с объективацией, – это труд. И говорить о сексуальности как о труде невозможно, не говоря при этом о самом сексуальном труде.

Одним из величайших парадоксов западной гендерной системы является то, что при всепроникающей сексуальной коммерциализации продажа самого секса всё ещё происходит в теневом подполье социальных табу, криминальности и насилия. Можно использовать свою сексуальность и труд, чтобы повысить эротический капитал на рабочем месте, но проститутки – подавляющее большинство из которых женщины, обслуживающие мужчин, – до сих пор остаются одними из самых уязвимых и маргинализованных членов общества. Женщины, которые не хотят или не могут участвовать в культурном «мясном рынке» и продавать себя как «сексуальных», сталкиваются с социальными последствиями, но худшее, как можно назвать женщину, – это «проститутка».

Современная феминистская дискуссия о секс-работе –

море неуслышанных голосов, частных трагедий и дезинформации, где моральные споры затмевают реальные проблемы многих уязвимых женщин. Итог бесконечных идеологических перепалок между феминистками, активистами за права секс-работников и мизогинными законодателями – это шаткая, неработоспособная башня из законов и моральных компромиссов, в которой юридический статус секс-работы в Британии и Америке представляет собой опасную смесь недоговорённостей. Женщины, работающие проститутками, оказываются в социально-экономическом «ничейном» пространстве: их труд едва ли законен настолько, чтобы обеспечить сдержанным буржуазным сексуальным нормам грязноватый, но приемлемый выход и предоставить отчаявшимся женщинам экономическую возможность, и одновременно достаточно незаконен, чтобы рынок коммерческого секса оставался подпольным, лишая секс-работниц публичного достоинства и полной правовой защиты – и удовлетворяя пуританское желание наказать тех, кто продаёт секс.

Недавний всплеск феминизма в Британии привёл к тому, что такие вопросы, как право на аборт и разрыв в оплате труда, отошли на второй план перед громогласными дебатами о секс-работе. Аргументы свелись к резкому моральному бинару между представлением о секс-работе как о деятельности, основанной исключительно на свободном выборе, или – что является более распространённым феминистским взглядом – полностью эксплуатационной. «Равенство для женщин

– фарс в обществе, где считается нормальным, что мужчины покупают наши тела, – говорит Финн МакКей из Феминистской коалиции против проституции. – Мы не можем быть свободными, пока столь многие из нас буквально продаются. Пока я верю, что проституция – это форма насилия против женщин, как я могу работать вместе с теми, кто предлагает считать её обычной работой?»

Грубая идея о том, что сама по себе проституция является насилием против женщин – даже, видимо, когда обе стороны мужчины, – препятствует более полезному анализу. Лишь признав, что секс может продаваться без эксплуатации, можно спросить: почему это случается так редко, даже в самых богатых обществах мира?

Проституция по-прежнему остаётся одной из самых опасных, стигматизированных и низко оплачиваемых профессий. Секс-работницы подвергаются насилию со стороны сутенёров, клиентов и «прохожих», а также со стороны государства через полицейскую репрессию. Маргинализация трудящихся тел секс-работниц – это крайняя форма маргинализации трудящихся тел всех женщин. По этой причине расширение трудовых прав на всех, кто продаёт секс, должно быть первоочередной задачей для феминистских активистов.

Первой точкой сопротивления, разумеется, должна быть большая юридическая защита тех, кто продаёт секс. Даже самые идейно разобщённые активисты соглашаются в этом.

В статье для The Guardian в 2010 году Тьерри Шаффаузер, секс-работник и профсоюзный активист, и Кэт Эллиот, феминистка-аболиционистка, заключили: «Пока мы все заняты спорами, те, кто больше всего нуждается в нашей помощи, продолжают страдать от насилия. Мы считаем, что криминализация секс-работников/проституток способствует легитимации нападений на них. Криминализация “свода” – сексистский закон».

В последние годы поток книг и телепрограмм, таких как «Дневник манхэттенской call-girl» Трейси Куан, якобы выводит проституцию из тени – хотя на деле происходит нечто совсем иное. Проституция, которую прославляет массовая культура, – это буржуазная проституция, «высококлассная», как любят выражаться таблоиды, – стирающая опыт и потребности большинства секс-работниц, которые далеко не буржуазны.

Доктор Брук Магнанти из Бристоля недавно была вынуждена раскрыть себя как Белль де Жур – бывшая аспирантка и проститутка, автор блога, ставшего книгой, а затем выгодной, но поверхностной телеадаптацией ITV Secret Diary of a Call Girl, где Билли Пайпер в латексных платьях с открытым задом громко дышит. Шоу, выходящее уже третий сезон, стало главной формой существования мемо-образа Белль де Жур, выпотрошив из блога Магнанти всё реалистичное и сложное и оставив дезодорированный каркас среднеклассовой мужской фантазии, в котором чрезмерно молодая Пай-

пер бодро советует: «Выясните, чего хочет клиент, и дайте ему это как можно быстрее».

Гламуризация буржуазной проституции в сочетании с полной общественной индифферентностью к тому, чтобы сделать секс-работу более безопасной или легальной, выдаёт стойкую патриархальную потребность сохранять статус-кво, ограничивающее и коммерциализирующее женскую сексуальность. Эта простая структура негодования и угнетения не даёт ответа таким людям, как Ребекка Мотт, бывшая проститутка и активистка-аболиционистка:

«Мучения от проституции никогда меня не покидали. В первую ночь, когда мне было четырнадцать, меня несколько часов группой насиловали. Это был тест, чтобы понять, подхожу ли я для проституции. Ты узнаёшь, что твоё тело существует для того, чтобы его ломали. Что у тебя нет права сказать “нет”. Что твоя цель – обслуживать мужчин любым возможным способом. Куда проще говорить только о женщинах, которые якобы контролируют своё рабочее пространство, чем о реальности».

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, купив полную легальную версию на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.