

*Пырьянова Ольга Анатольевна, аспирант кафедры философской антропологии департамента философии Института социальных и политических наук Уральского федерального университета им. первого Президента России Б.Н. Ельцина, e-mail: pyryanova@mail.ru*

**ВНЕШНЯЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ: ФЛИРТ КАК ОБРАЗНАЯ СИСТЕМА  
ФИГУРАТИВНОЙ СЕКСУАЛЬНОСТИ**  
(рецензирована)

*Флирт как форма выражения фигуративной сексуальности подпитан чувственностью индивида, опережая рефлексивное означение. Актуальность присутствия в городском хронотопе – сексуальная провокация, которая визуализирует Другого и его эротическую чувственность.*

*Ключевые слова: репрезентация, фигуративная сексуальность, флирт, Другой.*

*Pyryanova Olga Anatolievna, post graduate student of the Chair of Philosophical Anthropology of the Department of Philosophy of the Institute of Social and Political Sciences of Ural Federal University named after the first president of Russia B.N. Yeltsin, e-mail: [pyryanova@mail.ru](mailto:pyryanova@mail.ru)*

**EXTERIOR REPRESENTATION: FLIRT AS AN IMAGING SYSTEM OF FIGURATIVE  
SEXUALITY**  
(reviewed)

*Flirt as a form of expressing figurative sexuality is energized by individual sensuality being ahead of reflexive signification. Relevance: the presence in the urban chronotope of a sexual provocation that visualizes the Another and his erotic sensuality.*

*Keywords: representation, figurative sexy, flirt, Another.*

Внешняя репрезентация фигуративной сексуальности – визуальная форма выражения эротической чувственности индивида, которая делает его сексуальность видимой для Другого. Видимость сексуальности – это не только непосредственно данный визуальный образ, обладающий сексуальным подтекстом, но и процесс явленности желания, выраженного в понимании чужой сексуальности. Визуальность внешней репрезентации сексуальности соединяет непосредственное и опосредованное усмотрение сущности эротической чувственности.

Репрезентация сексуальности предполагает наличие открытой совокупности образов, через которую индивид выражает свою сексуальность. Возможность данной репрезентации становится реальной лишь в урбанистическом пространстве современного города, поскольку сообщество традиционного типа, основанное исключительно на патриархальном укладе, детерминирует однозначность и утилитарность любого антропологического проявления.

Противопоставление города и деревни в данном исследовании является необходимым по нескольким причинам.

Во-первых, в городском пространстве происходит отчуждение индивида от своей телесности, контакт с собственным телом становится для него проблематичным, поэтому любые практики, связанные с восстановлением данного контакта, оказываются востребованными (например, сомнительно, что в деревне кому-то захочется заниматься фитнесом, бодибилдингом или чем-то подобным).

Во-вторых, говорить о внешней репрезентации фигуративной сексуальности в пространстве деревни – некорректно, поскольку выражение сексуальности (в таких формах как флирт или мода) не соотносится с переживанием своей экзистенции, а представляет собой желание укрепления собственного положения через достижение ощущения единства с

деревенским сообществом (наглядно это можно продемонстрировать расхожей фразой, свойственной людям с традиционным типом мышления, – «должно быть, также как у людей»).

Городское пространство, осваиваемое субъектом, более открыто изменению. Индивид самостоятельно формирует образ города, который [образ] при этом остается мобильным и пластичным. Для каждого человека определение своего образа города – потребность, обусловленная его собственной природой и многозначностью города.

Существование города предполагает наличие индивида в качестве активного субъекта, который самостоятельно структурирует и определяет переживание урбанистического хронотопа. В отличие от деревенского образа жизни, в котором практически полностью отсутствует всякая динамика, город предопределен идеей развития, лежащей в основании понимания урбанистической жизни.

Повседневный опыт сохраняет возможность трансформации, конечная точка которой не задана. Парадоксальность повседневной жизни горожанина заключается в том, что, с одной стороны, всякая повседневность предполагает рутинное воспроизводство обыденности, с другой стороны, город антропологически не приемлет пассивность, так как только активное действие оформляет урбанистическое пространство. «Город, как известно, всегда был местом соперничества. Он является воображаемым пространством, но это воображение не всегда оформлено; различные представления о том, что есть город, репрезентируют борьбу и пересечение субъектов» [1, р. 418]. Проблема заключается в том, что даже ситуация соперничества может стать обыденной практикой, превращая субъекта в простого обывателя.

Для индивида антропологической потребностью является необходимость обновления опыта, выхода за пределы повседневности. Одним из вариантов такого преодоления рутины своего существования в городе становится сексуальность, хотя, если выразиться точнее, то, можно сказать, что в урбанистическом пространстве, прежде всего, поднимается тема секса, а не сексуальности: «в нашей культуре секс становится все более и более видимым, и более откровенным» [2, р. 82]. Город сам транслирует определенные сексуальные идеальные образы, которые возникают из стереотипического восприятия мира.

Если обратиться к конкретным формам репрезентации женской сексуальности, то каждому городу соответствует свой образ (как, например, деловая женщина Нью-Йорка или романтическая парижанка, озабоченная браком и работой приезжая москвичка и т.д.). Тем самым, создается определенный контекст для внешней репрезентации сексуальности. Успешная репрезентация, условием которой является понимание / прочтение образов, должна быть вписанной в этот контекст. Однако строго определяемая контекстом внешняя репрезентация сексуальности остается не фигуративной, поскольку восприятие фигуративной сексуальности носит уникальный характер и не может быть достоверно и полно передано (неважно другим индивидом или культурным контекстом), так как в данном случае индивиду, воспринимающему чужой опыт, будет недоступен непосредственно опыт самого переживания.

Тем не менее, сексуальные репрезентации остаются устойчивым фактом развития современной культуры. В западной научной традиции данный феномен получил название «сексуализации культуры». «Розалинд Джилл [3] прояснила данный тезис, отмечая, что современная сексуализация культуры включает «умышленную *ре-сексуализацию* и *ретоваризацию* тел», которая, несмотря на обобщенное изображение женщин, как «знающих, активных и желающих», работает с единственной целью добиться феминного «саморегулирования нарциссического взгляда». «Сексуальная субъективация», которую представляют новые популярные репрезентации, предлагает женщинам простые механизмы «объективации в новом и даже более пагубном облике». Женщинам предлагается ограниченное и товаризированное видение активной женской сексуальности в пространстве новых языков и практик эротизма, требуемого феминизмом» [2, р. 83]. Образ женщины, которая традиционно воспринималась как объект сексуального отношения, гораздо чаще подвергается сексуализации, чем образ мужчины, воспроизводя снова и снова потребительские дискурсы секса.

Переход к дискурсивным практикам секса, а не сексуальности вызван сложностями, связанными с концептуальным осмыслением сексуальности. Опираясь на идеи Зигмунда Баумана [4], Фиона Эттвуд пишет: «Постмодернистское понимание сексуальности как

абсолютно свободной чувственности также означает, что она может быть легко связана с любой другой субстанцией, эмоцией или активностью.

Таким образом, сексуальность начинает пронизывать все уровни нашего опыта, и скользкость ее природы делает все большей трудностью – связывать воедино то, что мы называем «сексуальностью» [2, р. 89]. Формируется образ сексуальности как синкретичного феномена, проникающего во все сферы человеческой жизни, однако, это лишь усложняет его понимание. Любые практики могут быть наделены сексуальным контекстом, но возникает вопрос, насколько эти практики соотносимы с антропологическими возможностями человека. Являются ли они необходимыми для индивида, конституируют ли его существование?

«Сегодня «секс» может выходить за пределы телесного опыта, довольно интимно осуществленный через время и расстояние; это может быть интенсивный акт коммуникации между незнакомцами; любовное свидание, соединяющее тело и технологию; действие презентации и репрезентации, которые потребляются в тот же момент, как производятся; способ формирования и разрушения идентичности; тип взаимодействия никогда ранее невозможный в человеческой истории. Это довольно странно, учитывая накопленные и все еще сильные ассоциации секса с телом, сущностью и истиной, и, тем не менее, они уже привычны и повседневны для многих людей, которые часто посещают секс-чаты или используют системы отправки сообщений для сексуального взаимодействия в начале XXI века» [2, р. 79].

Разнообразные формы сексуального опыта коррелируют с различными репрезентативными практиками, совокупность которых образует феномен «стриптиз-культуры», разрабатываемый Б. Макнейером. «Брайан Макнейр [5] описывает эти изменения как движение к «стриптиз-культуре», которая могла быть понята, как последнее основание «в коммерциализации секса, и распространении сексуального консьюмеризма»; и как часть открытой поглощенности «саморазоблачением... обличением» и «публичной близостью». Это «особое проявление приватизации публичной сферы; подчинение как минимум некоторых дискурсивных пространств интересам людей» [2, р. 82]. Феномен «стриптиз-культуры» связан с процессами коммерциализации, которые одновременно направлены как на формирование усредненного образа потребителя, так и на желание дать почувствовать каждому покупателю свою исключительность. Двухнаправленность консьюмеристской культуры, сочетание нейтрального и уникального, возможно, когда потребительское поле полностью открыто, по крайней мере, с точки зрения самого потребителя.

Сами потребители выбирают определенную стратегию поведения, описывая ее, Г. Эрнер подчеркивает, что «они ищут компромисс между двумя желаниями – принадлежать и отличаться» [6, с. 199]. Желание остаться включенным во временной поток развития современности подпитывает создание уникального консьюмеристского образа.

Во многом, необходимость индивидуализации продаваемого товара, вне зависимости от того является ли он вещью, услугой или стилем жизни, связана с возникновением критического потребления. «Такие авторы, как Майлс [7] и Беннетт [8], ... предполагают, что действия критического потребления являются частью процесса следования собственному конструированию альтернативного жизненного стиля, который дает им чувство «онтологической безопасности» и соразмерности в мире, где недостает стабильности и смысла» [9, р. 1670]. Обретение смысла и стабильности возможно лишь тогда, когда потребление отталкивается от уникальной сущности индивида, а не задается социальным контекстом ситуации.

Развитие потребительской культуры имеет отношение к антропологическим потребностям человека. Современная культура направлена на стимулирование роста потребительских желаний. Гедонистические практики, вызванные коммерческой культурой, остаются чем-то избыточным по отношению к индивиду. Однако приравнивать их к простому желанию определить новые антропологические границы существования, объявив неводержанность и постоянную неудовлетворенность (возникающие в качестве реакции на нескончаемое пресыщение), означает поддаться соблазну последовать слишком простому объяснению потребительской культуры.

Консьюмеризм, безусловно, отталкивается от первичных потребностей, но помимо этого, он предоставляет ресурсы, благодаря которым формируется более сложный опыт

восприятия себя. Одним из таких опытов является реализация собственной сексуальности. Конечно, имеется в виду фигуративная сексуальность, поскольку она становится видимой, как для самого субъекта, так и для Другого, с помощью репрезентативных систем, порожденных современной потребительской культурой.

Ссылаясь на Д. Слейтера [10], М. Холт и К. Гриффин подчеркивают, что «рекламодатели и маркетологи развивают новые консьюмеристские темы, через которые индивид открывает себя. Субъект выражает идентичность через практики потребления и приобретения, особенно, если говорить о времени, когда он предоставлен самому себе, о его досуге» [11, р. 406]. Возможность выразить в процессе потребления свою идентичность, в том числе и сексуальную, подразумевает наличие границы между своим индивидуальным бытием и внешним транслируемым стилем жизни, который, как правило, является самым продаваемым. Логично предположить, что внешняя репрезентация сексуальности, в таком случае, должна основываться на внутренней репрезентации, поскольку предполагается наличие некоторого понимания своей сексуальности. Однако это не совсем верно.

Внешняя репрезентация фигуративной сексуальности опирается на две различные формы выражения, если для осуществления одной из них знание о своей сексуальности не обязательно, то для другой – оно необходимо. Первая форма – флирт, вторая – урбанистическая мода, но интенции обеих направлены на распознавание Другого в качестве субъекта фигуративной сексуальности.

Флирт – это не только стремление создать новую форму коммуникации, которая в городе приобретает такие черты, как свобода в выборе партнера и как следствие отсутствие довлеющих форм общения, легкость, которая оставляет индивида свободным от всяких обязательств. Относительно фигуративной сексуальности данный коммуникативный аспект трансформируется во флирт как определенную форму сексуального взаимодействия, но не ограничивается коммуникативными рамками.

Прежде всего, интересен тот факт, что использование флирта не всегда является рассудочным действием, как бы парадоксально это не звучало, индивид флиртует даже тогда, когда не имеет абсолютно никаких представлений о собственной сексуальности. Тело опережает рассудочное выражение сексуальности. Нельзя сказать, что природа флирта полностью метателесна, – она определена сексуальной чувственностью субъекта, которая имеет свою логику, не сводимую полностью ни к рациональному, ни к иррациональному поведению.

Флирт – это всегда попытка вызвать Другого на диалог, который, возможно, и не будет иметь никакого продолжения, но, тем не менее, становится значимым этапом в восприятии Другого в качестве сексуального субъекта, взаимодействие с которым позволяет прийти к пониманию своей сексуальности, производя новые смыслы через процедуру рефлексивного анализа. «Причем можно подчеркнуть, что план выражения или фигуративные аспекты сообщения следует считать первичными в производстве новых ценностей. Это вполне сочетается с тезисом Р. Рорти о том, что нет надобности разделять значения слов на метафорические и буквальные. Он подчеркивал, что слово имеет только одно значение, «буквальное и более никакого» [12, с. 133]. Тем самым метафоры производятся с целью произвести впечатление, а не создать новый смысл.

В терминах П. Рикера можно сказать, что метафора начинается как событие. Мы сталкиваемся с непривычными сочетаниями типа «человек – волк», «жизнь – дорога», «мир – спираль», «история – наставница жизни» и т.д. Образно говоря, именно бессмысленность становится условием рождения смысла» [13]. Фигуративная сексуальность посредством метафорической легкости коммуникации, флирта, открывает некоторый горизонт своего нарративного развития. Необходимо отметить, что флирт всегда будет индивидуальным актом проявления сексуальности, в противном случае он становится пошлостью, граничащей с оскорблением.

Характерной чертой флирта является его актуальная длительность. Флирт – это всегда процесс, не приносящий утомления, поскольку он сопровождается постоянным обновлением знания, как о себе, так и о Другом, при этом полученное знание не становится избыточным.

Флирт также связан с ситуацией первичной сексуальной близости, когда структура взаимодействия между субъектами усложняется, и появляются новые уровни понимания.

Флиртовать – означает создавать собственный контекст значений, как правило, непроницаемый для постороннего взгляда (по этой причине флирт может быть принят, в частности, за проявление взаимной неприязни), поскольку не только смысл послания остается сокрытым для внешнего наблюдателя, но и опыт ощущения сексуальной чувственности, связывающий двух субъектов, для него не переживаем. Интерпретация, известная лишь непосредственно субъектам флирта, особенно важна: «тонкая оболочка знака (означающее/означаемое) размыкается в сложную конструкцию, в которой жизненный опыт захватывает материальные (жизненные) множественности, обеспечивая их сначала поэтическим значением, а затем и ноэтическим значением, таким образом, что результатом для сознания, выносящего суждения, является образование объекта, реального раз и навсегда для всех означаемых. Здесь важно обратить внимание на то, что этот реальный объект, обозначаемый поначалу посредством данных жизненного опыта, посредством ноэзиса и ноэмы, в случае, если он существует, может быть трансцендентальным в том смысле, что он в своей целостности является продуктом выносящего суждения сознания трансцендентального эго» [14]. Трансцендентальный характер субъектов флирта объясняется также тем фактом, что, вполне возможна ситуация, в которой внешняя репрезентация сексуальности сталкивается с ошибочным образом Другого, однако, в некотором смысле данный образ оказывается реальным, в том плане, что он раскрывает сексуальность индивида, провоцируя ее на проявление себя.

Сам процесс узнавания своей сексуальности оказывается более важным и значительным, поскольку флирт как таковой не предполагает обязательного продолжения. Завершение взаимодействия, порожденного флиртом, не сопровождается внешним конфликтом, так он изначально направлен не на создание совместного будущего, а на реализацию актуального модуса существования, в отличие от, например, безответной любви, в которой желание совместного будущего часто затмевает все остальные.

Учитывая, что флирт может впервые приоткрыть индивиду природу его сексуальности, можно утверждать отсутствие случайности в его [флирта] содержании. Важной оказывается любая деталь, любое событие, поскольку значение, которое будет ему приписано, будет определено позднее.

Флирт в качестве формы внешней репрезентации фигуративной сексуальности не теряет своего значения даже тогда, когда индивид приобретает определенное знание о своей сексуальности. Он используется в ситуации, когда необходимо определить антропологические границы сексуальности Другого. Провокация, лежащая в основе всякого флирта, направлена на узнавание Другого, оснований его бытия, – в ответной реакции на инициативу флиртующего. «Мы вернулись к сексуальности, хотя на этот раз в ином смысле: как эротике желания (страсти), как искусству превращения слабостей в силу, и обнаруживая в страдании наши первоначальные надежды и идеалы» [15, с. 413]. «Эротика желания (страсти)», выраженная по большей части вербально, приобретает форму флирта, поскольку для фигуративной сексуальности секс не является самоцелью, завершающей любое проявление сексуальности.

Нельзя сказать, что флирт – это всего лишь игра, направленная на разнообразие реальности, так как он затрагивает принципиально важную для индивида область – сферу сексуальной чувственности, что, впрочем, не всегда бывает заметно, если взгляд скользит по поверхности.

«Эра автономии субъекта делает проблемными для индивидуума, как самоопределение, так и путь к другому» [6, с. 245]. Флирт позволяет преодолеть данные проблемы, ненавязчиво обнажая экзистенциальные принципы существования индивидов, актуализируя сексуальную чувственность субъектов и наполняя переживание мира через практику восприятия Другого.

Данность Другого в процессе флирта предполагает взаимную открытость, которая разрешает противоречие между отсутствующим тождеством предыдущего опыта индивидов. При этом некоторая соразмерность мировосприятия все же необходима, в противном случае – диалог (а флирт – определенная форма диалога) невозможен. Важен весь опыт индивида, который детерминирует установление границ возможной коммуникативной близости.

Парадоксальность феномена флирта заключается в том, что, с одной стороны, он представляет собой форму сексуальной коммуникации, направленную на преодоление

обыденности в повседневной жизни через создание пространства близости, окруженного тайной и недоступного в своей интимности постороннему наблюдателю. С другой стороны, флирт основывается на гораздо более значимых для индивида аспектах экзистенциального присутствия, чем может показаться на первый взгляд. Он раскрывает сексуальную чувственность, как для самого субъекта, так и для Другого, являя ее в качестве необходимого условия обретения полноты существования.

Однако осознание данного факта, как правило, происходит тогда, когда индивид стремится расширить актуальные границы флирта, предполагая необходимость более глубокого сексуального переживания в процессе непосредственной реализации фигуративной сексуальности.

#### ***Литература:***

1. Беседа М. Рыклина с Р. Рорти // Логос. 1996. №8. С. 132-154.
2. Кристева Ю. От одной идентичности к другой // От Я к Другому. Минск, 1997. С. 256-275.
3. Сыров В.Н. Новации в культуре: инородное тело или структурный элемент культурной жизни? // Философская и правовая мысль: альманах. Саратов, СПб.: Научная книга, 2002. Вып. 4. С. 239-258.
4. Эрнер Г. Жертвы моды? СПб.: ИД Ивана Лимбаха, 2008. 272 с.
5. Attwood F. Sexed Up: Theorizing the Sexualization of Culture // Sexualities. 2006. №9. P. 77-94.
6. Bauman Z. On Postmodern Uses of Sex // Special issue of Theory, Culture and Society. 1999. №15(3). P. 19-33.
7. Bennett A. Popular music and youth culture: Music, identity and place. New York: Palgrave Macmillan, 2000. 240 p.
8. Carrington V. I write, therefore I am: texts in the city // Visual Communication. 2009. №8. P. 409-425.
9. Holt M., Griffin C. Being Gay, Being Straight and Being Yourself: Local and Global Reflections on Identity, Authenticity and the Lesbian and Gay Scene // European Journal of Cultural Studies. 2003. №6(3). P. 404-425.
10. Gill R. From Sexual Objectification to Sexual Subjectification: The Resexualisation of Women's Bodies in the Media // Feminist Media Studies. 2003. №3(1). P. 100-106.
11. McNair B. Striptease Culture: Sex, Media and the Democratization of Desire. London, New York: Routledge, 2002. 256 p.
12. Miles S. Youth lifestyles in a changing world. Buckingham: Open University Press, 2000. 177 p.
13. Millington B., Wilson B. Context Masculinities: Media Consumption, Physical Education, and Youth Identities // American Behavioral Scientist. 2010. №53(11). P. 1669-1688.
14. Orlie M.A. The desire for freedom and the consumption of politics // Philosophy & Social Criticism. 2002. №28(4). P. 395-417.
15. Slater D. Consumer Culture and Modernity. Cambridge: Polity Press, 1997. 230 p.

#### ***References:***

1. *M. Ryklin's conversation with R. Rorty // Logos. 1996. №8. P132-154.*
2. *Kristeva Y. From one identity to another // From I to another. Minsk, 1997. P. 256-275.*
3. *Syrov V.N. Innovations in culture: a foreign body or a structural element of cultural life? // Philosophical and legal thought: almanac. Saratov, SPb.: Science book, 2002. Issue. 4. P. 239-258.*
4. *Erner G. Fashion Victims? SPb.: Ivan Limbakh's PH, 2008. 272 p.*
5. *Attwood F. Sexed Up: Theorizing the Sexualization of Culture // Sexualities. 2006. №9. P. 77-94.*
6. *Bauman Z. On Postmodern Uses of Sex // Special issue of Theory, Culture and Society. 1999. №15(3). P. 19-33.*
7. *Bennett A. Popular music and youth culture: Music, identity and place. New York: Palgrave Macmillan, 2000. 240 p.*
8. *Carrington V. I write, therefore I am: texts in the city // Visual Communication. 2009.*

№8. P. 409-425.

9. Holt M., Griffin C. *Being Gay, Being Straight and Being Yourself: Local and Global Reflections on Identity, Authenticity and the Lesbian and Gay Scene* // *European Journal of Cultural Studies*. 2003. №6(3). P. 404-425.

10. Gill R. *From Sexual Objectification to Sexual Subjectification: The Resexualisation of Women's Bodies in the Media* // *Feminist Media Studies*. 2003. №3(1). P. 100-106.

11. McNair B. *Striptease Culture: Sex, Media and the Democratization of Desire*. London, New York: Routledge, 2002. 256 p.

12. Miles S. *Youth lifestyles in a changing world*. Buckingham: Open University Press, 2000. 177 p.

13. Millington B., Wilson B. *Context Masculinities: Media Consumption, Physical Education, and Youth Identities* // *American Behavioral Scientist*. 2010. №53(11). P. 1669-1688.

14. Orlie M.A. *The desire for freedom and the consumption of politics* // *Philosophy & Social Criticism*. 2002. №28(4). P. 395-417.

15. Slater D. *Consumer Culture and Modernity*. Cambridge: Polity Press, 1997. 230 p.