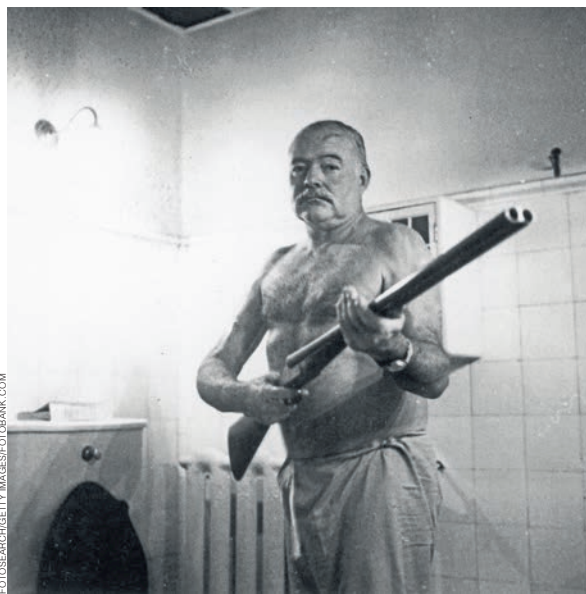




Писатель Эрнест Хемингуэй
(1950-е годы)



Дэвид Крейг в роли Джеймса
Бонда («Skyfall», 2012 год,
режиссер Сэм Мендес)



«Автопортрет», Клод
Каон (около 1927 года,
Детройтский институт
искусств, США)

ка — хемингуэевский герой с его стремлением познать некую настоящую жизнь (the real thing), который знает толк в рыбалке, корриде, крепком алкоголе и женщинах. В тоталитарных государствах на передний план выходит культ атлетического тела, в котором горит героизмом идеологически крепкий дух. В немецком (да и не только) культурном поле это расово чистые новые олимпийцы Лени Рифеншталь, в советском — рабочие и спортсмены Дейнеки или поэт Маяковский (о котором, кстати, уже пожилая Лиля Брик, глядя на памятник на Триумфальной площади, говорила: «Володенька ведь был совсем не таким, он был мягким»).

Постепенно оправившись от послевоенного шока, Европа входит в эпоху постмодернизма с его стиранием каких бы то ни было социальных и культурных границ, схем, стереотипов и правил. На смену общества классов приходит общество потребления, на смену элите — гламур, на смену живописи — рекламные плакаты. То, что считалось «запретным», маргинальным, постепенно становится полноправным и модным, остро встает вопрос о том, является ли понятие маскулинности синонимом гетеросексуальности. Синди Шерман и Диана Арбус снимают трансвеститов, Роберт Мэпплторп, вдохновляясь работами античных скульпторов и Родена, создает



«Без названия»,
Синди Шерман
(1983 год, Бруклинский
музей искусств, США)

скандально откровенные снимки, о которых до сих пор не утихает спор: не порнографичны ли они. Финский художник Tom of Finland с его рисунками гипертрофированно мускулистых парней в полицейских фуражках и аккуратно подстриженных усах до сих пор остался чуть ли не талисманом в движении «борьба за права сексуальных меньшинств». С другой стороны, в дело вступает и индустрия рекламы с ее новыми героями: успешным лидером в идеально скроенном пиджаке и дорогих часах, мускулистым мачо в спортивной машине, бесстрашным и брутальным ковбоем «Мальборо». Субкультура рождает своих героев — панков, хиппи, рок-звезд, реперов, скейтбордистов, хипстеров, коммерчески ориентированный глянец недолго думая выводит и их из общественной полутени в пространство билбордов, на экраны телевизоров и страницы журналов. Казалось бы, границы маскулинности расширились настолько, что «превратились в точки», как сказал герой одного комедийного сериала. Но вместе с тем понятие «настоящий мужчина», потеряв четкие очертания, не стало менее актуальным. Скорее, наоборот, попытка стать «настоящим» героем нашего времени превратилась в квест без правил. Безупречный Джеймс Бонд, может, и пьет «сухой martini», но вот над главным героем сериала «Клиника», талантливым молодым врачом, все смеялись из-за того, что пиву он предпочитал «яблочный тини», хотя он умел дружить и не был лишен поклонниц.

СУБКУЛЬТУРА РОЖДАЕТ

своих героев — панков, хиппи, рок-звезд, реперов, скейтбордистов, хипстеров, а коммерчески ориентированный глянец выводит их из общественной полутени на экраны телевизоров и страницы журналов