

Тернова Ж. А.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

ХАРИЗМА ЯК КУЛЬТУРНА ДОМІНАНТА УСПІШНОСТІ В ОПИСАХ ЖІНОЧИХ ОБРАЗІВ УКРАЇНСЬКОЇ ЛІТЕРАТУРИ КІНЦЯ ХХ – ПОЧАТКУ ХХІ СТ.

Актуальність статті полягає в тому, що одним з важливих аспектів вивчення національного письменства крізь призму гендерної теорії є художня репрезентація жінки як суб'єкта культуротворення і носія складного комплексу культурних уявлень, одним з яких постає поняття «харизма».

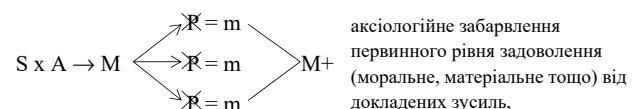
Метою в цій статті є розгляд поняття «харизма» як складника українськомовної свідомості та його ролі у формуванні концепту успішна жінка. Завдання цієї наукової розвідки полягають у тому, щоб: а) відтворити структуру сценарію, за яким реалізується концепто-усвідомлення поняття «успіх» суб'єктом «успішності»; б) подати модель фрейму «успіх», в) виокремити культурні домінанти, наявні в етносвідомості українців у зв'язку з поняттям «успішності» та г) з'ясувати концептуальну сутність поняття «харизма» та його значущість для концепту «успішна жінка». Висновки: усвідомлення «успішності» відбувається через подолання кількох рівнів аксіології. На первинному рівні аксіологічного усвідомлення суб'єкта себе як успішного асоціативна семантика виявлена в понятті «задоволення» (морального, матеріального тощо) результатом від докладених зусиль. На вторинному рівні аксіологічного усвідомлення суб'єкта як успішного в одиницях вимірювання колективного досвіду суб'єкт вважають успішним, якщо задіяна асоціативна семантика, пов'язана із суспільним схваленням результатів докладених зусиль. Типологічно харизматичних жінок можна умовно розділити на три групи: «жінки в патріархальному суспільстві», «жінки перехідного типу» та «жінки нового типу». Усі три групи характеризовано такими семантичними ознаками, як андрогінізм, що передбачає однакову цінність у ставленні як до чоловіків, так і до жінок, тілесність, як ознака вихваляння жіночого тіла та роздвоєння між прагненням бути сильною та слабкою.

Ключові слова: успішність, харизма, телесність, андрогінізм, фрейм, концепт.

Постановка проблеми. Етнокультурна зумовленість мови є онтологічною ознакою психоемоційного сприйняття успішної жінки як такої, яка має у своєму «арсеналі» усе те, що для цієї культури є цінним, на що спирається читач, оцінюючи ту чи ту героїню як успішну або неуспішну. Саме тому розгляд концепту неминує спиратися на розгляд культурних домінант певної народності, що є значущими та змістовними саме в цій культурі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. О. Стяжкіна, аналізуючи образи жінок у культурі ХХ ст., виділяє такі портрети: історична (несучасна) жінка, радянська жінка, лірична героїня, нова (українська) жінка [15, с. 142–147]. На думку І. Накашидзе, зацікавлення дослідженнями психологізму прози, зокрема проблемами літературного характеру, відчутно спадає, починаючи з 1990-х років, і відновлюється лише в середині 2010-х років, коли в українському літературознавстві актуалізовано дискурс досліджень постмодерністської

прози – романів Ю. Андруховича, О. Забужко, Ю. Іздрика, О. Ірванця, В. Неборака та багатьох інших. Помітним явищем у сучасній українській літературі стає творчість жінок-письменниць, таких як Є. Кононенко, О. Забужко, М. Матіос, Г. Тарасюк, І. Роздобудько та ін. [8, с. 93]. С. Філоненко зазначає: «Потужно й владно заявляє про себе в другій половині ХХ століття жіночий голос, проголошуючи фемінізацію людської культури, з якої віками викреслювалися жіночі цінності. Йдеться про повернення жінок до історії, політики, мистецтва, літератури, повернення не в якості об'єкта, а в якості суб'єкта» [18, с. 4]. Відповідно не є винятком і художня література. Серед найбільш відомих дослідників жіночої прози можна назвати В. Агєєву. Сценарій «успішності» від суб'єкта:



де S – суб'єкт, А – стан справ, Р – перепони, М – мета (+) або (-), m – частковий результат для досягнення М.

Отже, суб'єкт (S), який перебуває в певних обставинах (А), хоче досягти мети (М), і для цього він має подолати перешкоди (Р), що уможливають низку окремих результатів (m) та дадуть змогу досягти мети (М).

В іншому випадку, якщо S не досягає М (+), «спрацьовує» сценарій «неуспішності», у якому замість М, незважаючи на докладені зусилля та часткові результати від них (m), суб'єкт все рівно досягає М(-). Хоч в універсальній логіці наявність негативного результату, М(-) – це також результат, але для поняття «успішність» це не той кінцевий результат, що передбачає саме поняття. Отже, можемо говорити про окремі успішні результати (m+), що можуть поставати в центрі уваги для опису досліджуваного поняття.

Харизматичні люди мають певний набір навичок, що надають їм значні переваги в професійному та особистому житті. Харизматичні жінки здатні надихати, вести за собою та слугувати прикладом. Харизму не варто плутати із шармом, складниками якого є дещо інше. Шарм (від фр. *charme*) – це зовнішня привабливість, чарівність [17, с. 830]. Чарівна жінка дивиться співрозмовникові в очі, посміхається, заохочує людину до розмови, а харизматичній жінці не обов'язково взаємодіяти з людьми безпосередньо, щоб на них впливати.

За тлумаченням електронного «Словника.UA», харизма – це: 1. Виняткова обдарованість (про святих). 2. Виняткова обдарованість людини; високий авторитет, який базується на вмінні підкоряти інших своїй волі || Особливий позитивний вплив, який пояснюється властивостями особистості керівника, сугестора, його здатністю знаходити односторонні || Виняткові властивості, якими наділений лідер в групі своїх прихильників, шанувальників || Емоційно-психічні здібності особи, завдяки яким її оцінюють як наділену особливими якостями і здатну ефективно впливати на інших [13]. Отже, жінка може не мати особливих зовнішніх даних, утім, вона не позбавлена здатності торкатися сердець інших людей. Іншими словами, харизматичність – це висока особистісна обдарованість та привабливість на емоційно-психічному рівні сприйняття жінки певного типу. Неабияку роль для жінки відіграє її характер. Характер – це сукупність стійких психічних рис людини, що залежить від її генетичних особливостей і реалізується у зв'язку та під впливом життєвих обставин [12, с. 23].

На думку Олівії Фокс Кабане, кар'єрного коуча і авторки «Міфів про харизму», харизма – це талант висловлювати свої думки і емоції за допомогою влучних і дотепних метафор, артистичної міміки, мови тіла і в цьому разі випромінювати абсолютну впевненість у собі [4]. Якщо жінка із шармом зазвичай стає загальною улюбленицею, то харизматична жінка не повинна подобатися всім. Дослідниця виокремлює три види харизми: «зіркову» (як у Мерлін Монро, яка була неймовірно фото- та телегенічна), «уважну» харизму, яка передбачає вміння слухати, і харизму «доброти» [4]. Велика частка харизматичної поведінки полягає в тому, як жінка користується мовою та висловлює свою думку.

Отже, основними ознаками харизматичності є жіноче красномовство, мова жіночого тіла, жести, міміка, тон голосу, і все це передає емоційний настрій та доповнює трансцендентний образ жінки, що складається з триєдинства харизма-характер-шарм. Неодмінною ознакою харизматичності є емоційність. На нашу думку, типологія жіночих образів успішної жінки має ґрунтуватися на цих трьох складниках, що дає змогу класифікувати ці образи з урахуванням соціокультурного та історичного контексту межі ХХ–ХХІ ст.

С. Філоненко, досліджуючи типологію жіночих образів на матеріалі сучасної жіночої прози, виділяє такі риси сучасної української героїні: професійна орієнтація на творчі, інтелектуальні види діяльності (мистецька еліта, наукове середовище), інтелектуальна обізнаність (освіта, любов до книг), грамотне, подекуди афористичне мовлення, гострий розум, загострене відчуття справедливості, почуття людської гідності [18, с. 42]. Усі ці риси часто виявляються і в зовнішніх характеристиках на вербальному рівні, наприклад: *Я відразу відчула в тобі гострий розум і силу волі, – говорила Тетяна. – Мені сподобалася твоя незалежність. Ти вмієш хутко схвачувати серцевину ситуації, проникати в настрої людей і використовувати це собі на користь. <...> ти дієш як справжній господар життя, лідер, якому можна довіритися* [9, с. 69]; *...і ось вона, Галина Артем'єва, уособлення Справедливості, на крилах охорони дає історичну пресконференцію в переповненій людом залі. Що скаже кандидатка, – йому, зрозуміло, неважко було передбачити, а от як про це напишуть місцеві газетярі...* [19, с. 117].

Незважаючи на зазначені вище характеристики жіночих образів та «збірних» критеріїв, які відповідають традиційним уявленням про роль та місце жінки в суспільстві, родині та професії,

можна виділити образи героїнь сучасної української прози залежно від трьох видів опису:

- морально-психологічні характеристики, що передають індивідуальні особливості жінки;
- сімейний стан або родинні стосунки;
- соціально-професійна роль жінки.

У межах цих критеріїв наявний свій інвентар прототипових образів, який поділяємо на три групи. До першої групи належать жіночі образи, які реалізують себе в патріархальному суспільстві та відповідають традиційним уявленням про роль і місце жінки в сім'ї. Така жінка стверджується в патріархальному суспільстві, але є «бунтаркою» та «прихованою силою», від якої залежить чоловік: мати (берегиня роду, берегиня сімейного затишку), дружина (жінка «до кави», шия свого чоловіка, дитина свого чоловіка). Наприклад: ... *божеством цих степів тисячоліттями була ЖінкаМати – символ життя і родючості. Жінка це за п'ять тисячоліть(!) до твого народження зоріла тут мудрою Берегинею-Орантою, скарбником і продовжувачем роду – Богинею* [20, с. 68]; *Мій любить, щоб я була гарна і наймодніша. Це його слабкість. Бач, він дуже хоче, щоб усі на його дружину задивлялись, казали йому: «У тебе така вродлива дружина, мені б таку – я їв би її десертною ложечкою, як торт»* [19, с. 8].

До другої групи уналежнюємо образи жінок, які посідають соціально значущі позиції в суспільстві. Це жінки «перехідного типу», які перебувають на зламі патріархального суспільства, яскраво виявляючи свою індивідуальність: аристократка, творча одиниця, інтелектуалка, жінка свого часу, жінка – моральний авторитет, феміністка, жінка-селф-мейд. Наприклад: *Леді стала в моді, на неї пішов попит. Вона сама для себе зробила наблісити. Утвердила цю її саморекламу преса. Секс-бомба стала символом. Секс-бомба стала ідолом у спідниці. Народилася чергова модель для американської реклами* [19, с. 232].

До третьої групи можна зарахувати образи жінок, які є жінками «нового типу». Вони обстоюють рівноправні стосунки із чоловіками, але не є феміністками в узвичаєному розумінні, вони заперечують традиційні та патріархальні цінності й стереотипи. Це жінка – учорашня жертва, Попелюшка, яка стала стервою, прагматична жінка, яка не лише живе за правилами свого часу, а й сама їх визначає. Наприклад: *Та що поліція, пане*

Кошовий! Пані Богданович цілує ручку більша половина депутатів сейму! ...І потім, вам же кортить дізнатися, чому перед пані Магдою Богданович так тремтять сильні міста цього [6, с. 82].

Усі три групи образів жінок мають наскрізний інвентар семантичних ознак, який характеризує героїнь:

– *андрогінізм*, що полягає у визнанні однакової цінності чоловіків і жінок як носіїв унікальної гендерної ментальності й проголошує ідеалом успішної жінки принципи «соціумпартнерства»;

– *тілесність*, що виконує функцію реабілітації тіла й тілесності, які тривалий час експлуатували цю семантику як ознаку порочності та приватності. Віднині тілесність – це «золота акція» жінки, об'єкт вихваляння та милування;

– *роздвоєність* особистості жінки між прагненням бути сильною і одночасно слабкою, між пасивною і активною позиціями, між бажанням бути вільною і прагненням до створення родини.

Висновки. Усвідомлення «успішності» відбувається через долання принаймні рівнів аксіології. На первинному рівні аксіологічного усвідомлення суб'єкта себе як успішного асоціативна семантика виявлена в понятті «задоволення» (морального, матеріального тощо) результатом від докладених зусиль. На вторинному рівні аксіологічного усвідомлення суб'єкта як успішного в одиницях вимірювання колективного досвіду суб'єкт вважають успішним, якщо задіяна асоціативна семантика, пов'язана із суспільним схваленням результатів докладених зусиль.

Дослідження ролі «харизматичності» для української жінки в літературі кінця ХХ – початку ХХІ ст. продемонструвало, що це поняття є невід'ємною частиною поняття «успішність» для українського соціуму зазначеного періоду. Виходячи з морально-психологічних характеристик, сімейного стану та соціальних чинників, образи харизматичних жінок можна умовно розділити на три групи: «жінки в патріархальному суспільстві», «жінки перехідного типу» та «жінки нового типу». Усі три групи образів характеризовано такими семантичними ознаками, як андрогінізм, що передбачає однакову цінність у ставленні як до чоловіків, так і до жінок, тілесність, як ознака вихваляння жіночого тіла та роздвоєність між прагненням бути сильною та слабкою.

Список літератури:

1. Агеєва В. Жінка в повоєнній прозі: парад стереотипів. Слово і час. 1991. № 6. С.23–29.
2. Андрейчук Н. І. Інтерпретація як людський чинник мовного семіозису. *Мовознавство*. 2012. № 3. С. 65–74.

3. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод. і допов.) / Уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел. Київ, Ірпінь: ВТФ «Перун», 2005. 1728 с.
4. Вен Т. Ваша харизма в тому, як і що ви говорите. *BBC Capital*. 30 жовтня 2017. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/vert-cap-41806288>
5. Гончарова Т. Ю. Психологічний аналіз образу харизматичної особистості у сучасній молоді в контексті проблеми самопроєктування. *Актуальні проблеми психології в закладах освіти*. 2019. Вип. 9. С. 234–239.
6. Кокотюха А. А. Адвокат із Личаківської. Харків: Фоліо, 2015. 288 с.
7. Левицька Н.Є. Своєрідність образів чоловіків у сучасній жіночій прозі. *Культура народів Причорномор'я*. 2011. № 211. С. 138–140.
8. Накашидзе І. Типологія жіночих образів у сучасній жіночій прозі [препринт] *Українська жінка у національному та глобальному просторі: історія, сучасність, майбутнє: зб. наук. пр. за матеріалами II Міжнар. наук. форуму* (6 листоп. 2020 р.). Дрогобич, 2020. С. 93–101.
9. Овсяннікова Л. Аферистка. Дніпропетровськ : Стожари, 2008. 273 с.
10. Павличко С. Дискурс модернізму в українській літературі. Київ : Либідь, 1997. 360 с.
11. Петлюченко Н. В. Харизматика: мовна особистість і дискурс. Одеса: «Астропринт», 2009. 464 с.
12. Словник української мови: в 11 томах. 1980. Т. 11. С. 23.
13. Словник.UA – орфографічний словник української мови онлайн. URL: <https://slovnkyk.ua>
14. Старовойтова Г. М. Харизматичне лідерство як предмет соціально-філософського розгляду. *Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського*. 2013. 2(54). С. 84–90.
15. Стяжкіна О. В. «Радянська жінка» і «лірична героїня»: створення стереотипів в українській літературі 50-х – 90-х років. *Наукові праці НаУКМА. Серія Історичні науки*. 2001. Т. X. С. 142–147.
16. Титаренко В. В. Харизма та харизматичне лідерство: філософсько-релігійний аналіз понять. *Вісник СевДТУ*. Севастополь: Вид-во СевДТУ, 2003. Вип. 46. С. 111–118.
17. Універсальний словник української мови. Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2005. 848 с.
18. Філоненко С. О. Концепція особистості жінки в українській жіночій прозі 90-х років ХХ століття: Монографія. Київ, Ніжин: ТОВ «Видавництво «Аспект-Поліграф», 2006. 156 с.
19. Черногуз О. Ф. Вавілон на Гудзоні. Київ: Молодь, 1985. С. 230.
20. Шевченко П. Волоцюги. Луцьк: ВМА Терен, 2009. 288 с.

Ternova Zh. A. CHARISMA AS A CULTURAL DOMINANT OF SUCCESS IN DESCRIPTIONS OF FEMALE CHARACTERS IN UKRAINIAN LITERATURE OF THE LATE 20TH AND EARLY 21ST CENTURIES

The relevance of the article lies in the fact that one of the most important aspects of the development of national literature through the prism of gender theory is the artistic representation of a woman as a subject of cultural creation and wearing a complex complex of cultural phenomena, one of which is the understanding of “charisma”.

The aim of this article is to look at the concept of “charisma” as a storehouse of the Ukrainian society’s evidence and its role in the formation of the concept of “successful woman”. The task of this scientific research is to: a) establish the structure of the scenario, in order to implement the concept of understanding the concept of “success” by the subject of “success”; b) present the model to the “success” frame, c) increase cultural dominance, manifest in the ethnic identity of Ukrainians in connection with the concepts of “success” and d) clarify the conceptual meaning of the concept of “charisma” and its significance for the concept of “successful woman”. Conclusions: the recognition of “success” is seen through the help of a number of equals in axiology. On the primary level of the axiological recognition of the subject to himself as a “successful”, associative semantics reveals to himself “satisfaction” (moral, material) with the result of such reports. On the secondary level of the axiological recognition of the subject as successful in the loneliness of collective evidence, the subject is considered “successful”, as a result of the associative semantics, due to the success of the results of her job. Charismatic women can be mentally divided into three groups: “women in the patriarchal society”, “women of the transitional type” and “women of a new type”. All three groups of women are characterized by such semantic signs as androgynism, which transfer the same value to the status of both men and women, femininity, as a sign of the woman’s body’s praise, and the difference between the aspiration between to be such strong as weak.

Key words: success, charisma, physicality, androgynism, frame, concept.