

УДК 141.319.8[159.923.2:291.242]

Г 94

Сергій ГУЛЕВСЬКИЙ

СОЦІОКУЛЬТУРНА ЗУМОВЛЕНІСТЬ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ ЖІНОЧОСТІ ТА МУЖНОСТІ У ТЕЛЕСЕРІАЛАХ

У статті стверджується, що візуально зафіксовані у телесеріалах образи і смисли формують тендерну ідентичність, але глядач як суб'єкт виявляє зворотну активність та зацікавленість у формуванні бажаної ідентичності. Зроблено висновок, що демократизація репрезентації жіночості та мужності у просторі телесеріалів кидає виклик популістській спонтанності й демагогічному підпорядкуванню смакам натовпу.

***Ключові слова:** телесеріал, тендерна ідентичність, жіночість, мужність, репрезентація.*

Постановка проблеми. Загальний вектор змін у філософії та культурі нашого століття виявився у загостреному інтересі до проблеми людини, відродженні антропологічного за своїм характером варіанту дослідницької парадигми, у пошуку нових шляхів досягнення людини. Помітну роль у цьому контексті відіграє телебачення. Зокрема, воно суттєво впливає на формування таких есенційних та екзистенційних вимірів людини, як жіночість і мужність.

За обсягом глядацької уваги у сітках каналів домінують телесеріали. Як екранна форма, телесеріал існує з початку 60-х рр. минулого століття і розвивався головню в конкурентному середовищі західної масової культури. На фундаменті традицій вітчизняної кінодраматургії можливості телесеріалів ще тільки належить оцінити й реалізувати. Зростаюча затребуваність серіалу в багатоканальному й інтерактивному середовищі поширення екранного продукту в мережах цифрового телебачення та Інтернету стала очевидною відразу після запуску таких мереж в останні роки.

Поширеність цієї телевізійної форми як феномену екранної культури актуалізує необхідність її більш поглибленого осмислення.

Різноманіття жанрово-тематичного діапазону телесеріалу здатне задовольнити інтерес найширшої і різноманітної аудиторії. Особливої уваги заслуговує вивчення перипетій гендерної ідентифікації в просторі телесеріалів. Не в останню чергу це продиктовано тим, що спочатку саме жіноча аудиторія позиціонувалася як головний адресат телесеріалів. Чи так це насправді? Як трансформується тематичне та змістовне поле телесеріалів в умовах зростаючої егалітарності культурних цінностей? Які механізми гендерної репрезентації задіяні в телесеріалах і як вони накладаються на процес гендерної ідентифікації?

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Методологічну основу аналізу репрезентацій жіночості та мужності у телесеріалах складають роботи зарубіжних класиків і сучасників, таких як Ч. Гледхілл, Л. Ірігарей, Р. Коннелл, Ю. Крістева, Л. Малві, Ф. Ніцше, М. Фуко та ін.

Дж. Гербнер, Л. Гросс, Л. Морган, М. Сігноріеллі, відзначаючи унікальну здатність телебачення змінювати фундаментальні уявлення про людину, підкреслюють, що воно не тільки відображає status quo, але й значно перебільшує наявні тенденції, створюючи передумови виходу за межі наявного. Телевізійні образи сприймаються як реальні, а тому телеглядачеві здається досяжним будь-який вибір власного образу із множини тих, якими заповнений простір телебачення [Див.: 10].

Спираючись переважно на постмодерністську методологію, вітчизняні вчені Н. Загурська [3], О. Ландяк [5], В. Суковата та ін. зосередили увагу на стратегіях і практиках конструювання жіночості та мужності.

Мета статті – дослідити специфіку телесеріалу як ретранслятора моделей жіночості та мужності у просторі сучасного телебачення, акцентуючи увагу на тому, що образи, які репрезентовані у телесеріалах, створювалися з урахуванням соціокультурної зумовленості настроїв та прераференцій глядацької аудиторії.

Моделювання ладу бажань, створення прототипів чоловічої та жіночої міфології, якої неможливо уникнути в процесі ідентифікації особистості, а також впровадження образів та стереотипів жіночості та мужності – такими є найважливіші функції у технологіях гендеру. Візуальні репрезентації та наративи часто маскують явища, для виявлення яких необхідний спеціальний аналіз як мови репрезентації, так і

соціокультурних механізмів, що діють у суспільстві. Тому актуально і важливо простежити ситуацію перевертання смислів у візуальному дискурсі телесеріалів, динаміку репрезентації гендерної ідентичності як жіночої, так і чоловічої, в ситуації переходу від однієї візуальної системи до іншої. З одного боку, необхідно виявити, як візуально зафіксовані образи і смисли відображають і формують об'єктивну та суб'єктивну реальність гендерної ідентичності. З іншого – визначити зворотну активність та зацікавленість суб'єкта у формуванні бажаної ідентичності.

Проблема статі набуває значимості тоді, коли цивілізація стикається з принциповими труднощами, нерозв'язними у рамках чинних норм, культурних установок. Саме прояв кризи в підставах індустріальної цивілізації змусив суспільство звернутися до гендерної проблеми. Позаяк соціальна стать є породженням культури, вимогам якої вчиться відповідати кожне покоління чоловіків і жінок, дослідники в області гендерної теорії прийшли до висновку про важливість вивчення його культурних аспектів.

Історично сформовані уявлення про чоловіче та жіноче начала у культурі – це не завжди явні ціннісні орієнтації та установки, що оформляють образи фемінності і маскулінності в їх соціокультурній конкретиці, висловлюють культурно-символічну ієрархію поза-статевої дихотомії. Убудованість чоловічого і жіночого як онтологічних засад у систему інших базових категорій трансформує і їх власний, спочатку природно-біологічний сенс. “Чоловіче” та “жіноче” стають культурними метафорами, які здатні виконувати функцію не тільки опису, але й формування ідентичності, привертаючи увагу дослідників до нещодавно відкритих феноменів, які не мають пояснення у рамках класичної парадигми. Особливу значущість вони мають як засіб виявлення філософсько-пізнавального потенціалу вивчення впливу телесеріалів на формування гендерної ідентичності. Постструктуралістські концепції тіла та бажання вплинули на розвиток феміністської методології у трактуванні поняття жіночої суб'єктивності. Загальним для обох концепцій, що базуються на методології Ф. Ніцше, є виокремлення проблем тілесності, що допомагає переструктурувати традиційні бінарні дихотомії класичного мислення дух/тіло, раціональне/чуттєве тощо на користь тілесності, яка в класичній парадигмі вважалася другорядною та асоціювалася із поняттям жіночого. Основне значення поняття тілесності у філософському некласичному

дискурсі полягає у запереченні класичного принципу бінарності, що, зі свого боку, зумовлював бінарність чоловічого/жіночого в культурі.

Поняття репрезентації є ключовим для парадигми антропологічної критики телесеріалів. Водночас це – один з найбільш проблематичних у плані визначення термінів. На думку Гайятрі Співак, “репрезентація” має два основні сенси: перший – це “говоріння за кого-небудь”, представлення чийхось інтересів у формуванні держави та права; другий – репрезентація у мистецтві чи філософії як уявлення чого-небудь наявного іншими засобами [Див.: 13, 70]. Саме на виявленнях розмаїтих засобів зображення жіночості та мужності у телесеріалах, на характер і зумовленість їх трансформацій спрямоване наше дослідження.

Стюарт Холл визначає репрезентацію як процес, за допомогою якого суб’єкти культури використовують мову (будь-яку систему знаків) для виробництва значень. Об’єкти репрезентації не володіють сенсом самі собою, він народжується у процесі інтерпретації та комунікації, кодування і декодування текстів і залежать від культурного контексту. Він вважає можливим редукувати все різноманіття культурологічних підходів у розв’язанні цієї проблеми до трьох основних моделей інтерпретації: рефлексивного (міметичного), інтенціонального та конструктивістського (що включає семіотичний і дискурсивний підходи) [Див.: 12, 13 – 74].

Спочатку ідентифікація індивіда за статтю відбувалася на основі опозиції “жіноче – чоловіче”, похідною від біологічного дискурсу. За допомогою бінарності здійснювалася диференціація статей. Статева розрізненість, що репрезентується через гетеросексуальність, вибудовувалася через функціональність відмінностей і вписувалася у соціальну реальність як основоположна й така, що утримує соціокультурну систему в рівновазі. Конституційована гетеросексуальність покладалася як незмінна даність.

Проблема статі і статевої ідентифікації в глобалізованому світі стає все більш актуальною. У сучасній культурній реальності індивід може репрезентувати себе через будь-яку наявну сексуальну ідентичність. Стало можливим бути чоловіком-гомосексуалістом, лесбійкою, транссексуалом, трансвеститом, фетишистом, садомазохістом і, відповідно, вибрати ту поведінку, якої раніше не існувало. Продукується безліч статевих ідентичностей, які починають руйнувати інститут нормативної гетеросексуальності. Стать як категорія стає поліваріантною. Вона розсіюється, виникає проблема статевої невизначеності. Стать перестала бути тільки

природного даністю. Сучасному суспільству, яке майорить палітрою нових гендерних ідентичностей, притаманна стигматизація індивідів якраз на основі гендерних ідентичностей [Див. 4]. Стигматизовані індивіди, на відміну від нормальних людей, потрапляють у такі ситуації незручності та ніяковіння частіше, в результаті чого вони можуть навчитися керувати такими ситуаціями набагато раніше за нормальних людей. Причиною найчастіше є нерозуміння, неприйняття іншого на основі його інакшості у порівнянні з собою, зі своїм оточенням. Прикладом як стигматизації, так і, відповідно, зміни традиційної гендерної дуальності в ідентичності в сучасному суспільстві є молодіжні субкультури. Одним із її проявів – молодіжна субкультура емо, чоловіча частина якої за зовнішніми ознаками мало чим відрізняється від жіночої частини останньої. Такий тестово-виховний спосіб гендерної репрезентації вдало тематизовано творцями ситкому “Свати”.

Кожен може зробити операцію зі зміни статі. У цьому випадку стать втрачає стійку біологічну сутність. Біологічна основа статі повністю інтегрується у структури соціокультурного існування та конструюється.

Мужність і жіночність – історично мінливі концепти. Культурна репрезентація статі створюється за допомогою акцентуації тих чи тих сторін цих багатовимірних концептів. Те, у який спосіб телесеріали підносять проблеми взаємин між статями, соціальні ролі чоловіків і жінок, має великий вплив на їх суспільний статус і закладає стійкі стереотипи поведінки у підростаючого покоління. Телесеріал слід віднести до засобу масової інформації, що є потужною зброєю для підтримки “гендерного перекосу” як основи патріархального порядку. Гендерний перекіс виступає фундаментальною нормою, на яку має спиратися вся будівля патріархальної системи, і саме тому ця норма так ретельно замовчується, а перекіс оголошується природною ситуацією. Замість обговорення проблеми асиметрії у взаєминах між статями ведеться обговорення іншої проблеми – природних “жіночості” та “мужності”. Засоби масової інформації протягом тривалого часу нав’язують суспільству спотворений образ жінки, формуючи тим самим негативний, помилковий стереотип.

Обговорюючи означену проблему, І.Д. Фомічова зауважує: “накопичення емоційно однозначно забарвлених стереотипів призводить у багатьох випадках до небажаних соціально-психологічних ефектів, до некритичного ставлення до дійсності (а тому – беззахисного перед чужими

впливами), до відчуженості, до відсутності конкретно-історичного змісту в уявленнях про життя. Тому стереотипи жіночності і мужності не просто формують поведінку людей – вони часто нав’язують людям залежно від їх статі певні психологічні якості, норми поведінки, рід занять, професії і багато іншого” [8].

Сучасний період суспільної дійсності можна вважати справді періодом розквіту жанру серіалу. Існують серіали на будь-який смак: мелодраматичні, детективні, гумористичні, еротичні. У порівнянні з кінофільмом жанру серіалу свідомо забезпечений більш стійкий успіх саме тому, що він більш усереднений, ніж художній фільм, в ньому частіше розігруються стандартні ситуації або архетипові сюжети. Серіал – це джерело відомостей про стереотипи, забобони, симпатії і антипатії певної частини суспільства. О. Лебедь і Ю. Перченко серед усієї маси серіалів виділяють кілька тематичних груп: любовно-мелодраматичні (32%); детективно-поліцейські (23%); мультиплікаційні (25%); пригодницькі (12%); фантастичні (9%); гумористичні (7%); історичні (3%) [6].

Якщо спиратися на класифікацію серіалів О. Лебедя і Ю. Перченко, то любовно-мелодраматичні відповідно, “жіночі” серіали, які транслюються на вітчизняних телеканалах, стоять на першому місці. Саме вони у кінці 90-х рр. ХХ ст. отримали назву “мильних опер”, і були переважно мексиканського та бразильського виробництва. Мильні опери універсальні, оскільки апелюють до універсальних міфів. М.С. Галина вважає, що “вони тяжіють до, умовно кажучи, «сучасних міфів», тобто до широко поширених стереотипів суспільної свідомості, до усвідомлених або неусвідомлених симпатій і антипатій. За ними можна вивчати той чи той соціум успішніше, ніж за допомогою опитувальника” [1].

На відміну від інших серіалів, що складаються зі структурованих епізодів з обмеженим в їх рамках сюжетом, у сюжеті мильної опери майже немає початку і немає кінця. Історія, розпочата в певному епізоді, ніколи в ньому не завершується. Щоб хід розповіді не зупинявся, в мильній опері постійно відбувається декілька паралельних дій, протяжність яких варіює від декількох епізодів до декількох місяців.

Більшість героїнь латиноамериканських серіалів – представниці середнього і навіть вищого класу. Найпоширеніші образи в любовних серіалах такі: дружина-домогосподарка, яка може мати хобі чи рід занять заради самореалізації; мати, що досягла своєю працею благополуччя,

виростила дітей одна і в певний період життя зустріла нову любов; дружина, яка допомагає чоловікові в їх спільній справі або займається трудовою діяльністю у власному бізнесі або за наймом і одночасно виконує функції дружини і матері; у більшості серіалів виконувати домашню роботу допомагають найняті люди (няні, домробітниці, шофери і тощо). О. Лебедь і Ю. Перченко вказують, що хоча в кожному серіалі вибудовується свій сюжет, стереотипові лінії поведінки доволі чітко проглядаються. В основному, освітлюваний шлюб є першим, укладеним з любові, у подружжя спостерігається потреба в дітях і їх наявність, відносини подружжя ідеалізовані, теплі, після всіх перипетій вони прощають і розуміють один одного. Оточення проявляє терпимість до позашлюбних зв'язків та шлюбів з розрахунку. Шлюби і зради за розрахунком виникають тільки через великі гроші: спадок, фірма, акції, влада. Типовим для серіалів є хороший кінець. Закохані одружуються; діти і батьки залишаються разом; негативні персонажі покарані і загалом добро перемагає зло.

Як вказує М.І. Жабський, існує специфіка чоловічого і жіночого смаку. Його відчувають творці фільму і орієнтуються на нього. Пояснюється це тим, що той чи той фільм внаслідок особливостей показаних у ньому людських типів, тематики і проблематики, жанру, структурного ладу, сюжетної ситуації, епізодів і інших елементів більше цікавий для чоловічої аудиторії, ніж для жіночої. Відповідно дослідник такі фільми умовно називає “чоловічими” і “жіночими”. Для “чоловічих” фільмів характерні такі теми: про мафію, наркобізнес, секс, про життя сучасної армії, негативні прояви нашого сьогодення життя, історію. Особливості подібного фільму – складні спецефекти, технічні трюки. Характерні для нього сцени – погоні, бійки, різні зіткнення, перестрілки [2].

Так, у російському телесеріалі “Чоловіча робота” репрезентована імперська точка зору, що ідентифікується з домінуванням чоловічого начала: “свої” – оплот цивілізації в хаотичному морі диких горців, для яких свобода – це розбій. Жорстко заданий образ Ворога (міжнародний тероризм), а також образи спільників ворога: вільних (продажні депутати, журналісти та ін.) і невольних (Єврокомісія). У серіалі “Спецназ” війна – це протистояння сильних супротивників, дуель справжніх професіоналів, які поважають один одного. Це війна цікава, війна інтелекту, війна технологій, насичена з обох сторін креативом найвищої якості. Отже, тут

чітко простежується гендерний перекис у бік стереотипового звеличення чоловічого начала у культурі.

“Жіночі” фільми: про любов, про вибір життєвого шляху, про психологічні проблеми особистості в сучасному світі. Особливість такого фільму – у більшості випадків щасливий кінець. Характерні сцени – показ долі жінки, історії її любові, взаємин у сім’ї, на роботі, між закоханими, друзями. “Дочки-матері”, “Не родись вродливою”, “Моя прекрасна няня”, “Бальзаківський вік, або всі чоловіки сво ...” – начебто й зорієнтовані на злам стереотипів, однак у них традиційно домінує емоційно-психологічна складова. Про інтелектуальну креативність йдеться переважно у іронічному контексті.

Телебачення володіє унікальною здатністю змінювати фундаментальні уявлення про природу соціальної реальності. Воно є дуже важливими в царині гендерно-рольової соціалізації, а аналіз інформації, що надходить до аудиторії телевізійними каналами, свідчить, що телебачення відтворює, а так само формує стереотипні, традиційні образи чоловіків і жінок. Дослідження Ж. Тунстал допомогли узагальнити результати наукових пошуків з цієї теми. На думку вченого, інформація про жінок у засобах масової інформації подається зі спотворенням. Жінок розглядають тільки як домогосподарок, матерів, дружин, коханок, що, безумовно, формує спотворену громадську думку, оскільки така ж кількість чоловіків – батьки, чоловіки, коханці. Найчастіше жінка зображена залежною від чоловіка. І ця картина жіночої залежності значною мірою створена у просторі телебачення, а саме – у телесеріалах, які можна вважати засобом формування гендерних стереотипів.

Л. Малві у своїх дослідженнях про кіно порушила питання про: механізми первинної та вторинної ідентифікації, про моделі формування суб’єктивності, про статус жінки-глядача, про специфіку репрезентації жінки в кіно, про ідеологію маскулінізму. Вихідна теза Л. Малві полягає у тому, що форма телевізійного серіалу структурована несвідомим патріархального суспільства і що жінці як глядачеві нав’язуються правила “чужої гри” [7]. Рецептивна естетика поглиблює та збагачує можливості розуміння смислового простору сучасного телесеріалу. Вона виходить з ідеї, що твір “виникає” і “реалізується” тільки у процесі “зустрічі”, контакту теленаративу авторів серіалу з глядачем, який завдяки “зворотному зв’язку”, зі свого боку, впливає на твір, визначаючи тим самим конкретно-

історичний характер його сприйняття і побутування. Якщо немає рецепції, то немає і твору. Отже, телесеріал сприймається як продукт історичної ситуації, яка залежить від позиції інтерпретуючого глядача. Горизонт очікування, у свою чергу, позначає комплекс естетичних, соціально-політичних, психологічних уявлень, що розкривають ставлення авторів серіалу до суспільства (і до різних видів глядацької аудиторії), а також ставлення глядача до телесеріалу, який зумовлює як вплив телесеріалу на суспільство, так і його сприйняття суспільством. В актуалізації певних сюжетів телесеріалу читач, зберігаючи відому свободу від волі творців, не може повністю відсторонитися від теленаративу.

Висновки. Отже, спостерігається особлива соціокультурна зумовленість технік телесеріалів з впровадження у масову свідомість норм і зразків жіночості та мужності. Телесеріали першої хвилі, спираючись на традиційне розуміння жіночості та мужності, брали на себе культурну “місію” з формування смаків широкої публіки і певним чином користувалися своєю монополією, щоб нав’язати всім продукцію, яка позиціонувала себе як культурна. Телесеріали дев’яностих лестили цим смакам і експлуатували їх з метою завоювання більшої аудиторії, але пропонували телеглядачам примітивну духовну поживу, що часто має екстремальний характер і здатна задовольнити будь-які смаки. Проте не варто шкодувати за “педагогічно-патерналістським” телебаченням минулого. На основі проведеного дослідження ми робимо висновок, що оточення людини і її світосприйняття буде змінюватися і вже змінюється під впливом телесеріалів, які моделюють процеси ідентифікації жіночості та мужності більш послідовно, ніж може здатися. Популістська спонтанність і демагогічні підпорядкування смакам натовпу суперечать демократичній репрезентації жіночості та мужності у просторі телесеріалів, до якої мають спонукати подальші антропологічні розвідки у царині телесеріалів.

Література

1. Галина М.С. Мифология и кинофантастика / М.С. Галина [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://ecsocman.hse.ru/data/657/695/1216/ons5-96_0167-175.pdf.
2. Жабский М.И. Глобализм и функции кино в обществе / М.И. Жабский [Электронный ресурс] – Режим доступа : http://csr.spbu.ru/pub/RFBR_publications/articles/social%20sciences/2004/funkcii_kino_v_obschestve_04_hum.pdf.
3. Загурская Н. Любовные события в маленьком дискурсе. Обсуждаем “Секс в большом городе” / Н. Загурская. – М. : Ad Marginem, 2006. – 316 с.

4. Гофман И. Стигма: заметки об управлении испорченной идентичностью / И. Гофман [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/41800.html>.

5. Ландяк О.М. Практики конструювання гендерної ідентичності в телесеріалах / О.М. Ландяк // Вісник Національного технічного університету “Харківський політехнічний інститут” : збірник наукових праць. Тематичний випуск : Філософія. – Х. : НТУ “ХПІ”. – 2009. – № 9. – 120 с. – С. 44 – 52.

6. Лебедь О. Фамилистический анализ телевизионных сериалов [Text] / О. Лебедь, Ю. Перченко // Вестник Московского университета. Сер. 18 Социология и политология. – 2000. – 4. – С. 88 – 94

7. Малви Лаура. Визуальное удовольствие и нарративный кинематограф / Л. Малви [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://viscult.ehu.lt/article.php?id=307>.

8. Фомичова И.Д. Социология СМИ / И.Д. Фомичова. – М. : Аспект Пресс, 2007. – 335 с.

9. Gauntlett David. Media, Gender and Identity: An Introduction, Routledge, London and New York. – 2002. – (Extracts available at www.theoryhead.com/gender).

10. Gerbner G., Gross L., Morgan M., & Signorielli, N. “Growing up with television: The cultivation perspective” / M. Morgan (Ed.), Against the mainstream: The selected works of George Gerbner. – New York : Peter Lang. – 2002. – P. 193 – 213.

11. Gledhill Ch. Genre and gender: the case of soap opera, in Stuart Hall (ed.) [Text] / Ch. Gledhill // Milton Keynes Representation: Cultural Representations and Signifying Practices. – London : Open University, 1997. – P. 337.

12. Hall S. “The Work of Representation, in Representation: Cultural Representations and Signifying Practices / S. Hall (ed.). – The Open University : Milton Keynes, 1997. – P. 13 – 74.

13. Spivak, Gayatri Chakravorty. “Can the Subaltern Speak”. Can the Subaltern Speak? Basingstoke: Macmillan, 1988. 66-111. Print. – Режим доступа : http://www.mcgill.ca/files/crcilaw-discourse/Can_the_subaltern_speak.pdf.

Гулевский Сергей. Социокультурная обусловленность репрезентации женственности и мужественности в телесериалах. В статье утверждается, что визуально зафиксированные в телесериалах образы и смыслы формируют гендерную идентичность, но зритель как субъект обнаруживает обратную активность и заинтересованность в формировании желаемой идентичности. Сделан вывод, что демократизация репрезентации женственности и мужественности в пространстве телесериалов бросает вызов популистской спонтанности и демагогическому подчинению вкусам толпы.

Ключевые слова: телесериал, гендерная идентичность, женственность, мужественность, репрезентация.

Hulevskyi Serhiy. Socio-cultural conditioning of representation of femininity and masculinity in TV serials. The article states that images and meanings visually recorded in the TV serials shape gender identity, but the audience as a subject reveals an inverse activity and interest in the formation of the desired identity. It is concluded that the democratization of representation of femininity and masculinity in the space of TV serials challenges the populist spontaneity and demagogical subordination to tastes of the crowd.

Keywords: TV serials, gender identity, femininity, masculinity, representation.