

## Концептуализация роли СМИ в формировании гендерной культуры последних десятилетий

Юлия Решетнёва, Днепровский национальный университет железнодорожного транспорта имени академика В. Лазаряна

Цель. Исследовать формирование концептов СМИ и их функционирование в постсовременной культуре с её беспрецедентным воздействием на мифологизацию маскулинного и фемининного. Теоретический базис. Гендерная культура, рассматриваемая в русле общей культурологической проблематики, в настоящее время представляет собой сложный и амбивалентный феномен, дебаты вокруг которого сфокусированы на вопросе неоднозначных отношений между универсализмом и культурным релятивизмом. Важно также то, что средства массовой коммуникации на наших глазах меняют устоявшуюся конструкцию гендерных концептов, активно воздействуя на гендерную идеологию в целом и гендерную культуру, в частности. Актуальность данной работы определяется и отсутствием серьезного публичного обсуждения гендерных проблем в нашей стране, и тем беспрецедентным воздействием на мифологизацию маскулинного и фемининного, которое средства массовой коммуникации демонстрируют в последнее время, манипулируя гендерными технологиями в диффузном разрыве между официальной гендерной риторикой и реальной ситуацией гендерной дискриминации в нашем обществе. Последнее усложняется тем немаловажным фактом, что кинематограф и ТВ, в огромной степени оттеснив литературное произведение в силу своего акцента на визуализации, используют политику репрезентации как политику создания, распространения и осмысления конкретных образов реальности и отношений между ними. Научная новизна. Визуализация, охватывая все сферы массовой культуры, как правило, воспроизводит традиционную гендерную стереотипизацию, бесспорно, с некоторыми постмодернистскими поправками («желание», «телесность» и т.д.). Телевидение в значительной мере более прогрессивно со своими реали-шоу и в целом «reality television». Телесериалы, как правило, эксплуатируя тему женской сексуальности, зачастую акцентируют проблематику гендерной идентичности, и в культовых телесериалах последних лет эта тема активно разрабатывается. Культуральные нарративы, всегда являясь гендерными в силу своего акцента на визуализации повествований, взаимодействуют со всеми актуальными границами культуры. Выводы. Несмотря на новые формулировки гендерных политик «нового» поколения начала XXI в., несмотря на безусловные изменения общей «картины мира», «малые нарративы» масскультуры, возникшие за последние 20 лет, никоим образом не могут сравниться с метанарративами предыдущих тысячелетий по охвату аудитории и силе их влияния. Важно подчеркнуть: массовая культура, в которой мы живем сегодня, находится в состоянии трансформации, последнее определяет необходимость постоянного исследования этого сложного и амбивалентного феномена.

**Ключевые слова:** гендерная культура, кинематограф, телевидение, маскулинность, фемининность, массовая культура, идентичность

## Conceptualization of the media role in the formation of gender culture of the last decades

*Iuliia Reshetnova, V. Lazaryan Dnipro national university of railway transport*

The aim of the article. To Investigate the formation of media concepts and their functioning in a postmodern culture with its unprecedented effect on the mythologization of the masculine and the feminine. The theoretical basis. Gender culture, considered in the context of a general cultural perspective, is currently a complex and ambivalent phenomenon, the debates around which are focused on the question of the ambiguous relationships between universalism and cultural relativism. It is also important that recently the mass media are changing the established construction of gender concepts, actively influencing gender ideology in general and gender culture, in particular. The relevance of this work is determined both by the absence of a serious public discussion of gender issues in our country, and by the great effect on the mythologization of the masculine and feminine that the mass media have recently demonstrated by manipulating gender technologies in the diffuse gap between official gender rhetoric and real situation of gender discrimination in our society. The latter is getting

more complex by the important fact that cinema and TV, having pushed off a literary work to a great extent, due to its emphasis on visualization, use the representation policy as a policy of creating, disseminating and understanding specific images of reality and the relations between them. The scientific novelty. Visualization covering all spheres of mass culture, as a rule, reproduces traditional gender stereotyping, undoubtedly, with some postmodern amendments (“desires”, «corporality» etc.). Television is much more progressive with its reality shows and «reality television» in general. Television series, as a rule, exploiting the topic of female sexuality, often emphasize the issue of gender identity, and in the famous television series of recent years, this topic is being actively developed. Cultural narratives, always being gender due to their emphasis on narratives, interact with all relevant cultural boundaries. The conclusions. Despite the new wording of the gender policies of the “new” generation at the beginning of the 21st century, despite the unconditional changes in the overall “picture of the world”, the “small narratives” of mass culture that have emerged over the past 20 years can in no way be compared with the metanarratives of the previous millennium in terms of audience the power of their influence etc. It is important to emphasize: the mass culture in which we live today is in a state of transformation, the latter determines the need for constant research of this complex and ambivalent phenomenon.

*Keywords: gender culture, cinema, television, masculinity, femininity, mass culture, identity*

## Концептуалізація ролі ЗМІ у формуванні гендерної культури останніх десятиліть

*Юлія Решетньова, Дніпровський національний університет залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна*

Мета. Дослідити формування концептів ЗМІ і їх функціонування у постсучасній культурі з її безпрецедентним впливом на міфологізацію маскулінного і фемінінного. Теоретичний базис. Гендерна культура, розглянута в руслі загальної культурологічної проблематики, в даний час являє собою складний і амбівалентний феномен, дебати навколо якого сфокусовані на питанні неоднозначних відносин між універсалізмом і культурним релятивізмом. Важливо також те, що засоби масової комунікації на наших очах змінюють усталену конструкцію гендерних концептів, активно впливаючи на гендерну ідеологію в цілому і гендерну культуру зокрема. Актуальність даної роботи визначається і відсутністю серйозного публічного обговорення гендерних проблем в нашій країні, і тим безпрецедентним впливом на міфологізацію маскулінного і фемінінного, який засоби масової комунікації демонструють останнім часом, маніпулюючи гендерними технологіями в дифузному розриві між офіційною гендерною риторикою і реальною ситуацією гендерної дискримінації в нашому суспільстві. Останнє ускладнюється тим важливим фактом, що кінематограф і ТБ, у величезній мірі відтіснивши літературний твір в силу свого акценту на візуалізації, використовують політику репрезентації як політику створення, поширення і осмислення конкретних образів реальності і відносин між ними. Наукова новизна. Візуалізація, охоплюючи всі сфери масової культури, як правило, відтворює традиційну гендерну стереотипізацію, безперечно, з деякими постмодерністськими поправками («бажання», «тілесність» і т.д.). Телебачення в значній мірі є більш прогресивним зі своїми реаліті-шоу і в цілому «reality television». Телесеріали, як правило, експлуатуючи тему жіночої сексуальності, часто акцентують проблематику гендерної ідентичності, і в культових телесеріалах останніх років ця тема активно розробляється. Культуральні наративи, які завжди були гендерними в силу свого акценту на візуалізації оповідань, взаємодіють з усіма актуальними межами культури. Висновки. Незважаючи на нові формулювання гендерних політик «нового» покоління початку ХХІ ст., незважаючи на безумовні зміни загальної «картини світу», «малі наративи» маскультури, що виникли за останні 20 років, аж ніяк не можуть зрівнятися з метанаративами попередніх тисячоліть за охопленням аудиторії і силою їх впливу. Важливо підкреслити: масова культура, в якій ми живемо сьогодні, знаходиться в стані трансформації, останнім визначає необхідність постійного дослідження цього складного і амбівалентного феномену.

*Ключові слова: гендерна культура, кінематограф, телебачення, маскуліність, фемініність, масова культура, ідентичність*

### Постановка проблемы.

**Г**ендерная культура как концепт, отражающий определенный феномен, в настоящий момент представляет собой во многом амбивалентную проблему не только в философии, в целом, но и в гендерных исследованиях, в частности. Как правило, гендерная культура рассматривается в русле общей культурологической проблематики, то есть культура определяется как система знания, разделяемая относительно большой группой индивидов, и гендерные аспекты полагаются релевантными по отношению к этому широкому определению культуры (гендерные стереотипы, гендерные роли, гендерная идентичность, гендерное равенство и т.д. (Phillips, 2010). Дебаты, как правило, сфокусированы на вопросе сложных отношений между универсализмом и культурным релятивизмом (Sterk, 2009). В то же время то явление, которое можно определить в качестве «гендерной культуры» в меняющемся обществе последних лет, бесспорно требуя комплексного исследования, в своем значении имеет «ядро», представляющее концептуальную проблему. Средства массовой информации, до последних лет находясь на «периферии» концепта гендерной культуры, на наших глазах меняют устоявшуюся конструкцию, активно воздействуя на гендерную идеологию, в целом, и гендерную культуру, в частности. В отсутствие внятного публичного обсуждения гендерных проблем СМИ приобретают беспрецедентное влияние на конструкцию – и, соответственно, мифологизацию – «мужского» и «женского» миров. В отличие от опубликованных по этой теме исследований, наша работа сфокусирована на анализе гендерных технологий в СМИ и том диффузном, но глубоком разрыве между официальной гендерной политикой и теми концептуальными «посланиями», которые составляют основу трансляции гендерных идеологий средствами массовой информации в современном западном обществе.

### Анализ исследований и публикаций.

В своей классической работе «Культурология как критическая теория» («Cultural Studies as Critical Theory») Б. Эггер, исследуя «множественные» формы изучения культуры, выделяет определенные теоретические подходы в науке о культуре: марксистские теории культуры, франкфуртскую школу, бирмингемскую школу, постструктурализм, постмодернизм и феминизм. Феминистский «критический проект», по мнению Эггера, инициировала К. Миллет своей книгой

«Сексуальные политики» (1970). Этот проект, пишет Эггер, посвящен разоблачению мужской гегемонии в культуре, но при этом открывает возможности пространства для создания ее оценки своей собственной культуры. Б. Эггер доказывает, что феминистские культурные студии изначально являются и «феминистской теорией», и феминистской практикой. Несмотря на определенное «умолчание», которое Эггер признает, ясно, что последние годы репрезентируют расцвет активности феминистского критического проекта, который интенсивно влияет на возникающие очертания трансформации материалистической теории и критики культуры (Agger, 1998, p.114).

Хотя феминистская критика первоначально была сфокусирована на анализе «женской» художественной литературы (К. Миллет, М. Гилборт, С. Губар, С. Фелман, Э. Колодны и др.), что было характерно и для нашей страны (И. Жеребкина, Г. Гундорова, С. Павлычко, В. Агеева и др.), очень скоро «женские» культурологические исследования стали охватывать значительно более широкую проблематику, чем феминистский литературный критицизм. До начала 50-х годов прошлого века литература была основной формой публичной культуры: романы утверждали в художественной форме нерушимость гендерных стереотипов, являясь рупорами гендерных отношений и гендерных ролей. Хотя кинематограф становился всё более популярным с конца 20-х годов XX века, «голивудизация» кинокультуры стала играть значительную роль после Второй мировой войны. При этом параллельно всё больший вес в массовой культуре приобретало телевидение. В целом Вторая мировая война, как и Великая депрессия, сыграли одну из ключевых ролей в истории гендерной культуры (Vlasova, 2007). В целом, ученые отмечают, что война и экономические трудности приводят к тому, что женщины с большим желанием примеряют на себя мужскую одежду и в прямом, и в переносном смысле. Стоит вспомнить Марлен Дитрих и её знаменитые брючные костюмы, появившиеся во времена Великой депрессии, когда безработные мужья и отцы стали катастрофически терять своё гендерное влияние. Исследователи подчеркивают, что с конца 50-х годов стереотип домашней хозяйки стал значительно модифицироваться и в Европе, и в Америке, что было связано не только со значительными успехами в отношении политического равенства, но и с технологическими достижениями. Уменьшение

– во многих случаях и отсутствие – рутинной домашней работы создавало возможность для роста профессиональной занятости женщин, что в свою очередь способствовало девальвации роли домашней хозяйки (Vlasova, 2007, p.224-225). Молодые женщины и в 60-х годах испытывали страх перед фантомом культурного идеала 50-х, насаждаемого массовой культурой: домохозяйкой в фартуке, позировавшей с искусственной улыбкой. Поэтому – в значительной степени благодаря также появлению «Великой Таблетки» – в культурных практиках реальной жизни стала отвергаться материнская модель поведения как отживающая свой век. С другой стороны, – вразрез с патриархатными моделями поведения, – развал системы социальных норм, поощрявших традиционную модель семьи, создавал возможность для усиления внесемейных взглядов в широких слоях населения. Великая Брижит Бардо в качестве одной из первых мировых секс-символов великолепно отразила этот кризис идентичности.

Знаменитый П. Бурдьё в одной из последних своих работ «Masculine Domination» дает великолепный анализ власти мужского доминирования, которая, по словам автора, «в том виде, в каком она насаждается и осуществляется, является высшим примером парадоксального подчинения, в котором самые непереносимые условия существования могут считаться приемлемыми и даже естественными (Bourdieu, 2001, p.1-2).

По Бурдьё, доминирование происходит посредством того, что автор называет «символическим» насилием, «нежным» насилием, осуществляемым в большинстве случаев через символические каналы коммуникации.

Феминистская теория кинематографа, или «*cinéfeminism*», яркий пример применения постструктуралистско-феминистского подхода в культурологических исследованиях. Бесспорно, по мнению аналитиков, этот подход в огромном долгу у Деррида и Лакана, позаимствовав их теории о том, как культурная работа позиционирует свои субъекты, кто затем конструирует значение «культурной работы» в своей собственной интерпретативной практике. Фильм для постструктуралистов – феминистов есть абсолютно политическое явление в том смысле, что создание фильма и его просмотр – это процесс, создаваемый режиссерской, редакторской и интерпретативной властью. А. Рич – автор признанной во всем мире книги «Рожденная женщиной» «*Of Woman Born*», описывает в своей чисто культу-

рологической «одиссее» рождение и рост феминистского кинематографа, создавая один из самых важных «голосов» в феминистской критической теории кинематографа (Rich, 1998).

«Гендерный переворот» («*genderquake*») с принципиально новой ролью женщины в современном обществе сложился, бесспорно, под влиянием феминистских движений и ученых-феминисток, авторов бестселлеров «Сексуальные политики» (К. Миллет), «Силы ужаса. Эссе об отвращении» (Ю. Кристевой), «Хохот Медузы» (Э. Сиксу), «Женщины. Самая долгая революция» (Д. Митчелл), «Линзы гендера» (С. Бем), «Воспроизводство материнства» (Н. Чадароу) и многих других. В 90-х годах прошлого века особенно плодотворным становится развитие компаративных тенденций в исследовании мужского и женского начал не только в литературе, но и в культуре в целом. Дж. Эндрю считает гендерный подход основополагающим для литературно-культурологических исследований конца XX в. и выделяет гендерную теорию, разработанную Т. Де Лоретс в монографии «Гендерные технологии», где и литературное произведение, и кинематограф рассматриваются как вид гендерных технологий (Lauretis, 1987).

Логика современного определения пола указывает на неразрывную связь понятий «пол-дискурс-власть» (М. Фуко, Д. Джеймсон, Л. Николсон, О. Кись, И. Грабовская и многие другие). «Гендерные технологии» показывают, как пол становится идеологическим продуктом; политика репрезентации рассматривается как политика создания, распространения и осмысления конкретных образов реальности и отношений между ними, в нашем случае, гендерных. Современная ситуация характеризуется тотальной визуализацией, поэтому на смену базовым гендерным технологиям (язык, религия, школа, воспитание) приходят зрелищные и эффективные гендерные технологии. Это прежде всего кино, телевидение с его утверждающейся клиповой культурой, мода, реклама, весь имиджевый поток массовой культуры (Ф. Джеймсон, П. Рикер, Э. Гидденс и др.) (Jameson, 2009).

Следует заметить, что исследователи последних лет активно рассматривают проблему «диктатуры масс», которая в отличие от «до-модерной» модели, зависит от способности вовлечь многочисленные формы активных участников. Апроприруя современные государственные методы, «диктатура сверху» трансформируется в «диктатуру снизу», – практика, зависящая от

средств массовой информации, влияния на массы и кооперации с массами, что во многом определяет и гендерную политику последнего десятилетия (Petroni K., Lim J-H, 2010).

Ученые фокусируют свое внимание на том, что может стать «единственно важным» вопросом для профессионалов в следующие десятилетия в сфере масс-коммуникации, – возрастающей роли феминизма и его присутствия в этой области, – особо выделяя проблему гендера в глобальном контексте, роли «цветных» женщин в коммуникации и влиянии женщин – преподавателей теории и практики гендера и межкультурной коммуникации (Creedon, 1989). Необходимо отметить, что наряду с новыми темами проблематика гендерного дискурса и нарратива по-прежнему занимает большое место в исследованиях гендера и феминизма (Vlasova, 2017).

#### **Цель исследования.**

Исследовать формирование концептов СМИ и их функционирование в постсовременной культуре с акцентом на репрезентации гендерных образов и их беспрецедентным воздействием на мифологизацию маскулинного и фемининного в постсовременном кинематографе и телевидении.

#### **Изложение основного материала.**

В настоящее время присутствие медиа и масс-культуры в целом, превышает все предшествующие – и прогнозируемые параметры. Не стоит утверждать, хорошо это или плохо, это факт. Массовая культура всё в большей и в большей степени определяет нас: наше мышление и наше поведение. Это те «линзы», о которых писала С. Бем в своей знаменитой книге о гендере (Bem, 2004), это и система общих культурных линз, включенных в социальные институты, культурный дискурс, повседневные разговоры. Какие бы глубокие сдвиги ни происходили в общественном сознании западного общества на протяжении последнего столетия, скрытые предписания в отношении гендера всё ещё остаются внедренными в культурные дискурсы, общественные институты и души людей (Bem, 2004, p.34). Гендерные идеологии масс-медиа и сегодня воспроизводят главным образом традиционную логику рассуждения, безусловно, с определенными постмодернистскими «поправками», например, постмодернистский тезис «послания» (Барт, Гваттари, Лакан и др.). Женщины в бикини на билбордах; коллаж женского тела – губы, глаза, грудь в телевизионных клипах, женщины в рекламе на ТВ, которые обещают, что продукт

в их руках сделает нас меньше, тоньше, длиннее, глаже и т.д. В итоге реальная женщина и «продукт» рекламы – это, как правило, весьма разные «картинки». Образ, на который ориентированы многочисленные fashion-журналы («Vogue», «Wonderland», «Another», «Grazia», «Hello» и многие другие), – это женщина, безусловно, женственная, но сильная, целеустремленная, полностью контролирующая свою жизнь, управляющая своей собственной фирмой, приближенная к властным структурам.

Интересно, что в последние годы масс-медиа фокусируют своё внимание на образе женщины и «снаружи», и «внутри», делая акцент на теле, безусловно, на очень изящном теле. Как правило, ведущие дома мод не выпускают женскую одежду выше 12-14 размеров (UK). Стандарты «small» размеров – 6-4, некоторые покупательницы требуют новый размер «0», пишет Л. Эдвардс-Джонс в своем бестселлере «Fashion Babylon» (Edward-Jones, 2007, p. 95). То есть если проблема западного мира, в целом, состоит во всё возрастающем числе людей с излишним весом, женщины «высшего класса» сегодня за пределами худые.

Мир, безусловно, меняется но по-прежнему «It is a man's world» - этот знаменитый хит, который пел даже Лучано Паваротти, по-прежнему является лозунгом нашего мира, несмотря на серьезные предупреждения о «кардинальном» изменении гендерной ситуации с обеих сторон. Мир, отображенный в «reality shows» (вернее, в так называемом «reality television»), - это мир патриархальных, зачастую, мизогинистских устоев. В 2002 г. Американский брендовый продукт под названием «Who Wants to Marry a Multi-Millionaire?», очень быстро был продан одним из продюсеров Майком Флейсом практически во все западные телесети. И хотя «Выйти замуж за миллионера» подвергался осуждению и презрительным комментариям не только со стороны феминисток, но и обычных реально мыслящих людей обоих полов за шовинизм и сексизм, следующее подобное реалити-шоу «Холостяк» («The Bachelor»), по сути, с идентичной установкой было воспринято обширнейшей аудиторией намного мягче (Zeisler, 2009, p.123-124).

В какой-то мере агрессивная поддержка гей-культуры, осуществляемая средствами массовой информации, касается в значительно меньшей степени «L»- идеологии. По сути, нет ни одного знакового американского фильма или телесериала в которых не присутствовала

бы тема геев (разумеется, в политкорректном дискурсе). Даже капитан Флинт в телесериале «Black Sails» (2014–2017), созданном Р. Левинном и Дж. Стейнбергом, как оказалось, был геем. Тема лесбиянок из знаковых сериалов присутствует, как представляется, только в «Восьмом чувстве» (2015–2018) когда-то братьев Вачовски, что само по себе не удивительно, ведь сейчас они сестры: Лана и Лили Вачовски. Стоит заметить, что русский перевод не передает игру слов: «Sense 8»-«sensate»-омоним. За представление ЛГБТ темы и персонажей «Восьмое чувство» получило премию YLAAD Media в номинации «Лучший драматический сериал». Бесспорно, развитие ЛГБТ идентичностей за последние годы находится под значительным психологическим влиянием масс-медиа: участники обзоров многих исследователей перечисляют различные теле-шоу и медиа-личности, которые позволили им чувствовать себя более комфортно в новой гей-идентичности (Braun V., Clarke V., 2006).

Женская идентичность и сексуальность – одна из излюбленных тем в постмодернизме в целом, и в постмодерном феминизме в частности (Ю. Кристева, Э. Иригарэ, М. Виттиг, Дж. Батлер и др.) В культовой масс-культуре последних лет эта тематика, активно разрабатываясь, приобретает несколько иной уклон: значительно более агрессивный и откровенный, например «50 оттенков серого», или «Девушка по вызову». В то же время эта проблема, трансформируясь, усложняется с точки зрения философии, психологии и истории: «Рассказ служанки», «Мир Дикого Запада», «Двойка». В первом телесериале (2017–2018 гг., Б. Миллер) женская сексуальность и функции воспроизводства разрываются в антиутопии М. Этвуд; во втором – женская сексуальность, агрессивно эксплуатируясь, приводит к восстанию даже женщины с искусственным телом и интеллектом (2016–2019, Ш. Мартин), в третьем предпринимается попытка исторического воссоздания периода возникновения порнофильмов в Нью-Йорке.

Есть ли что-либо хуже эротических триллеров? Этот вопрос также задают не только феминистки, однако проблема в том, что их по-прежнему снимают. В 2019 г. на экраны выходят «Лондонские поля» – криминально-сексуальный коктейль о коварной соблазнительнице и её убийцах, и продюсеры «Лондонских полей» поставили на этот вариант эротического триллера 8 млн. долларов. Безусловно, «золотые» времена «Основного инстинкта» в прошлом, и

нашей целью не является анализ трансформаций кинематографа за последние десятилетия, но необходимо заметить: основной посыл эротического триллера как жанра по-прежнему звучит с кино- и телеэкранов. Как тонко заметил Т. Де Лоретс «рассказ» требует садизма и зависит от того, как «запускается» всё происходящее, вызывая перемены в другом человеке (Vacchilega, 1999, p. 2). В целом, это можно отнести ко всем гендерным нарративам о «сильной» женщине. Например, героини знакового фильма Брайана де Пальма «Passion» (2012) в своих «суперкачествах» деловых личностей оставляют далеко позади мужчин-оппонентов главным образом потому, что нравственных преград и моральных границ для них не существует в принципе. Следует заметить, что нарратив о суперженщине, достаточно популярный в массовой культуре конца XX в., содержание которого в тот период продуцировало образ женщины, преуспевающей на работе, счастливой в семейной жизни, превосходно справляющейся с домашней работой, воспитывающей детей и т.д., в наше время уходит с первых нарративных позиций. Один из последних примеров подобных героинь в «радикальном» исполнении – это суперледи Лаки Сантаджело в романах Джеки Коллинз – топ-автора по кассовому успеху своих книг во всем мире в конце XX – начале XXI в.в. В романе «Goddess of Vengeance» Лаки имеет всё – семью, любовь, деньги, и когда миллиардер Джордан делает ей деловое предложение, он не сомневается в успехе, ведь она «просто женщина» (Collins, 2011). Но битву за власть Лаки выигрывает, используя многие средства (хотя и не все, как героини эротических триллеров Брайана де Пальма).

Феминистская «критическая революция» развивалась, как уже не раз отмечалось теоретиками, в мощном русле постмодерна, психоанализа и постструктурализма. Последнее сталкивало ученых-феминистов с задачей поднять феминность на новый уровень осознания. Вместе с тем, очевидно, что и сегодня маскулинность, традиционно связанная с патриархатностью, воспринимает проявление гендерных трансформационных процессов как угрозу. В современных масс-медиа так называемый «Gaga-feminism» – один из ярких примеров последнему. «Секс, гендер и конец нормального» называет своё исследование Дж. Холберстэм (Halberstam, 2013). Автор, глубоко и страстно исследуя поп-культуру последнего десятилетия, доказывает, что Леди Гага – это символ нового вида феминизма («Я не

реальна, Я театр»). Признавая её власть в качестве маэстро манипуляции медиа и новой организации гендера, сексуальности, зрелищности и желания, исследователь использует «мир» Гага для анализа того, что же изменилось и что осталось тем же самым, что звучит по-новому и что слишком знакомо, и всё это позволяет нам по-иному взглянуть на вопрос новых сексуальностей. Холберстэм не привязывает термин «гага феминизм» к феминизму отдельной личности или отдельным перформансам, но использует феерическую славу леди Гага для возможности глубже проникнуть в возникновение новых формулировок гендерных политик нового поколения. Феминизм, по мнению автора, заинтересован в инновационных расширениях феминности и находит их в прекрасной репрезентации поп-перформансов с их характерными чертами «чрезмерности», и экстаза, потери контроля и «блуждающего» чувства телесной идентичности.

Отказ «быть милой и приятной» резонансом проходит через всю «третью волну феминистской креативности. В начале XXI в. «новые» слова («surfer-girls» и т.п.) эхом звучат в разное время и в разных культурах. Женщины требуют допуск в художественный истеблишмент, стремясь трансформировать жанры и субъекты культуры. В то же время старые формы традиционного ремесленного искусства женщин по-прежнему присутствуют, украшая и частные дома, и публичные учреждения во всем мире. Сегодня, как отмечают ученые, даже самые бедные женщины в мире возрождают домашние ремесла, пытаясь содержать свои семьи, и не только: например, женщины в восточной Индии шьют лоскутные одеяла с вышивкой, которая инкорпорирует политические лозунги, осуждающие домашнее насилие и поддерживающие женскую дружбу, образование девочек и т.д. (Freedman, 2003, p. 325). Бесспорно, подобное творчество женщин и «справа», и «слева» также оказывает значительное влияние на современную массовую культуру.

Визуализация, охватывая все сферы массовой культуры, как правило, воспроизводит традиционную гендерную стереотипизацию, бесспорно, с некоторыми постмодернистскими поправками («желание», «телесность» и т.д.). Телевидение в значительной мере более прогрессивно со своими реалити-шоу и в целом «reality television».

Телесериалы, как правило, эксплуатируя тему женской сексуальности, зачастую акцентируют проблематику гендерной идентичности, и в культовых телесериалах последних лет эта тема активно разрабатывается. Культуральные нарративы, всегда являясь гендерными в силу своего акцента на визуализации повествований, взаимодействуют со всеми актуальными границами культуры. Вышеперечисленное доказывает необходимость постоянного обращения к указанной проблематике и особого внимания на силу влияния СМИ как на гендерную культуру в целом, так и гендерную идеологию в частности.

#### **Выводы.**

Культура и её нарративы являются гендерными повествованиями; гендерная принадлежность взаимодействует со всеми актуальными границами культуры, именно поэтому исследование массовой культуры столь актуально и своевременно в наше время перемен общей «картины мира». Также важно то, что последнее объясняет устойчивость гендерного порядка. Новые «малые нарративы» масс-культуры, возникшие за последние двадцать лет, никоим образом не могут сравниться с «великими гендерными нарративами» по охвату и силе их влияния.

Всё вышесказанное касается, прежде всего, массовой культуры, а именно кинематографа и телевидения, где основные гендерные нарративы, в целом, репрезентируют и классические гендерные стереотипы, и бинарность мышления. В то же время необходимо признать: наблюдается все больше отклонений от доминирующих нарративов, связанных с изменением приоритетных сексуальностей, более откровенной и агрессивной эксплуатацией женской сексуальности с постмодернистскими акцентами на философии сексуальности в целом, и отдельных теориях в частности («визуализация», «ненормальное» и т.д.). Необходимо признать и то, что наблюдается тенденция переходов к другим гендерным нарративам, таким, где больше возможностей для реализации гендерной идентичности и новых формулировок гендерных политик в начале XXI в. Важно подчеркнуть: массовая культура, в которой мы все живём сегодня, находится в состоянии трансформации, последнее определяет необходимость постоянного исследования этого сложного и амбивалентного феномена.

## БІБЛІОГРАФІЧНІ ПОСИЛАННЯ

1. Agger B. *Cultural Studies as Critical Theory* / A. Agger. – London: The Falmer Press, 1998. – 217 p.
2. Bacchilega C. *Postmodern Fairy Tales: Gender and Narrative Strategies* / C. Bacchilega. University of Pennsylvania Press, 1999. – 208 p.
3. Bordieu P. *Masculine Domination* / P. Bordieu. – Stanford: Stanford University Press, 2001. – 133 p.
4. Braun V. Using thematic analysis in psychology / V. Braun, V. Clarke // *Qualitative Research in Psychology*. – № 3. – 2006. – P. 77-101.
5. Бем С. Л. Линзы гендера. Трансформация взглядов на проблему неравенства полов / С. Л. Бем. – М.: РОС-СПЭН, 2004. – 336 с.
6. Collins J. *Goddess of Vengeance* / J. Collins. – London: Simon and Schuster, 2011. – 471 p.
7. Creedon P. I. *Women in Mass Communication: Challenging Gender Values* / P. I. Creedon. – Sage Publications Inc., 1989. – 464 p.
8. Власова Т. И. Формирование гендерных стереотипов в западноевропейской философии / Т. И. Власова. – Киев: Генеза, 2007. – 296 с.
9. Власова Т. І. «Українство» у дискурсах і нарративах західноєвропейської літератури постмодерну / Т. І. Власова // *Українознавчий альманах*. – Випуск 20. – Київ: «Міленіум+», 2017. – С. 90-93.
10. Edwards-Jones I. *Fashion Babylon* / I. Edwards-Jones. – London: Corgi Books, 2007. – 378 p.
11. Freedman E. B. *No Turning Back. The History of Feminism and the Future of Women* / E. B. Freedman. – New York: Ballantine Books, 2003. – 446 p.
12. Halberstam J. J. *Gaga Feminism. Sex, gender, and the end of normal* / J. J. Halberstam. – Boston: Beacon Press, 2013. – 157 p.
13. Забужко О. Une princesse lointaine: Леся Українка як культурно-інтерпретаційна проблема / О. Забужко // *Гендер і культура*. – Київ: Факт, 2001. – С. 4-33.
14. Jameson F. *Postmodernism or, the Cultural Logic of Late Capitalism* / F. Jameson. – R.N.Y.: Verso, 2009. – 438 p.
15. Lauretis T. *Technologies of Gender: Essays on theory, film and fiction* / T. Lauretis. – Bloomington, Indianapolis: Indiana university press, 1987. – 187 p.
16. Petrone K. *Gender Politics and Mass Dictatorship: Global Perspectives* / K. Petrone, J-H. Lim. – Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2010. – 304 p.
17. Philips A. *Gender and Culture* / A. Philips. – Cambridge: Polity Press, 2010. – 192 p.
18. Rich R. *Chick Flicks: Theories and Memories of the Feminist Film Movement* / R. Rich. – Duke University Press Books, 1998. – 448 p.
19. Sterk H. M. *Gender, Culture, and Physicality: Paradoxes and Taboos* / H. M. Sterk. – Lexington: Lexington Books, 2009. – 160 p.
20. Zeisler F. *Feminism and Pop Culture* / F. Zeisler. – Berkeley: Seal Press, 2009. – 183 p.

## REFERENCES

1. Agger, B. (1998). *Cultural Studies as Critical Theory*. London: The Falmer Press.
2. Bacchilega, C. (1999). *Postmodern Fairy Tales: Gender and Narrative Strategies*. Pennsylvania: University of Pennsylvania Press.
3. Bordieu, P. (2001). *Masculine Domination*. Stanford: Stanford University Press.
4. Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3, 77-101.
5. Bem, S.L. (2004). *Linzy gendera. Transformacija vzgljadov na problemu neravenstva polov [Gender lenses. Transformation of views on the problem of gender inequality]*. Moscow [in Russian].
6. Collins, J. (2011). *Goddess of Vengeance*. London.
7. Creedon, P.I. (1989). *Women in Mass Communication: Challenging Gender Values*. Sage Publications Inc.
8. Vlasova, T.Y. (2007). *Formirovanie gendernykh stereotipov v zapadnoevropeiskoi filosofii [Formation of gender stereotypes in Western European philosophy]*. Kiev: Geneza [in Russian].
9. Vlasova, T.I. (2017). «Ukrainstvo» u dyskursakh i narratyvakh zakhidnoevropejskoi literatury postmodernu [«Ukrainians» in the discourses and narratives of postmodern Western European literature]. *Ukrainoznavchyi almanakh*, 20. Kyiv: «Milenium+» [in Ukrainian].
10. Edwards-Jones, I. (2007). *Fashion Babylon*. London: Corgi Books.
11. Freedman, E.B. (2003). *No Turning Back. The History of Feminism and the Future of Women*. New York: Ballantine Books.
12. Halberstam, J.J. (2013). *Gaga Feminism. Sex, gender, and the end of normal*. Boston: Beacon Press.
13. Zabuzhko, O. (2001) Une princesse lointaine: Lesya Ukrainka jak kuljturno-interpretacijna problema [Une princesse lointaine: Lesya Ukrainka as a cultural and interpretative problem]. *Ghender i kuljtura*. Kyiv: Fact [in Ukrainian].
14. Jameson, F. (2009). *Postmodernism or the Cultural Logic of Late Capitalism*. R.N.Y.: Verso.
15. Lauretis, T. (1987). *Technologies of Gender: Essays on theory, film and fiction*. Bloomington, Indianapolis: Indiana university press.

16. Petrone, K., & Lim, J-H. (2010). *Gender Politics and Mass Dictatorship: Global Perspectives*. Basingstoke: Palgrave MacMillan.
17. Phillips, A. (2010). *Gender and Culture*. Cambridge: Polity Press.
18. Rich, R. (1998). *Chick Flicks: Theories and Memories of the Feminist Film Movement*. Duke University Press Books.
19. Sterk, H.M. (2009). *Gender, Culture, and Physicality: Paradoxes and Taboos*. Lexington: Lexington Books
20. Zeisler, F. (2009). *Feminism and Pop Culture*. Berkeley: Seal Press.

**Решетньова Юлія Юріївна**

Викладач кафедри «Філологія та переклад»  
Дніпровський національний університет  
залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна  
49010, Дніпро, вул. Лазаряна, 2

**Reshetnova Iuliia**

The lecturer of «Philology and translation» department  
Dnipro national university of railway transport named  
after academician V. Lazaryan  
2, Lazariana str., Dnipro, 49010, Ukraine

Email: Julia\_Reshetniova@meta.ua

ORCID 0000-0001-5145-5783

Цитування: Решетньова Ю. Ю. Концептуалізація ролі СМІ в формуванні гендерної культури останніх десятиліть / Ю. Ю. Решетньова // Науково-теоретичний альманах «Грані». – 2019. – Т. 22. – № 6. – С. 13-21.

Citation: Reshetnova, Iu.Iu. (2019). Konceptualizacija roli SMI v formirovanii gendernoj kul'tury poslednih desjatiletij [Conceptualization of the media role in the formation of gender culture of the last decades]. *Scientific and theoretical almanac «Grani», 22 (6), 13-21.*

Стаття надійшла / Article arrived: 08.05.2019

Схвалено до друку / Accepted: 10.06.2019