

Мазоренко М.О.,

*кандидат философских наук,
заведующая кафедры культурных
универсалий, Харьковский национальный
технический университет сельского
хозяйства имени Петра Василенка*

ГЕНДЕРНОЕ ЛИДЕРСТВО В СПЕКТАКЛЕ СМИ

Гендерное лидерство в спектакле СМИ. В статье рассматривается теория перформативности пола Дж. Батлер в отношении гендерного лидерства. Через предложенную Ги Дебором интерпретацию спектакля и общества оказываются те ожидаемые результаты и стереотипы, которые направлены на подрыв лидерского потенциала женщин. Показано, как медиарепрезентации работают против соображений о равенстве, международном сотрудничестве и интеграции. Делается вывод, что для того чтобы равный доступ к лидерству стал возможным, медиавиставы и зрелища должны применить более тонкий подход к своим репрезентациям. Через давление на прибыль и привлекательность для потребителя это предложение остается без стимула для медиагрупп и компаний.

Ключевые слова: гендер, идентичность, общество спектакля, медиа.

Гендерне лідерство у спектаклі ЗМІ. У статті розглядається теорія перформативності статі Дж. Батлер стосовно гендерного лідерства. Через запропоновану Гі Дебором інтерпретацію вистави та суспільства виявляються ті очікувані результати і стереотипи, які спрямовані на підрив лідерського потенціалу жінок. Показано, як медиарепрезентації працюють проти міркувань про рівність, міжнародне співробітництво та інтеграцію. Робиться висновок, що для того щоб рівний доступ до лідерства став можливим, медиавистави і видовища мають застосувати більш тонкий підхід до своїх репрезентаціям. Через

тиск на прибуток і привабливість для споживача ця пропозиція залишається без стимулу для медіагруп і компаній.

Ключові слова: гендер, ідентичність, суспільство спектаклю, медіа.

Gender leadership in the media performance. The article deals with the performative theory by J. Butler towards gender leadership. Through Debord's interpretation of the spectacle and society expected results and stereotypes have been revealed, which are aimed at undermining the leadership potential of women. It is shown how media representation works against arguments about equality and international cooperation and integration. It is concluded that in order to have equal access to leadership, media spectacles and performances should apply a more subtle approach to their representations. Because of the accents on income and consumer attractiveness this proposal has been without stimulus for media groups and companies.

Keywords: gender, identity, the society of performance, media.

В современном обществе границы идентичности становятся подвижными. Среди факторов, влияющих на восприятие и демонстрацию идентичности в медиа, можно назвать предопределенность выбора идентичности (общество формирует в каждом чувство необходимости определить свою идентичность); различное отношение разных поколений к гендеру, ориентации и т.п.; роль медиамodelей поведения; кризис маскулинности; разнообразие сексуального поведения; медиавлияние против влияния аудитории; внутренние противоречия медиа. Люди определяют идентичность других как друзей или врагов, судят о прошлом и грезят о будущем во многом под влиянием медиа. Как

мы видим, гендер является одним из важнейших аспектов идентичности в «обществе спектакля».

Мы хотели бы заметить, что помимо всего прочего демократия предполагает наличие информированных избирателей, осуществляющих свой выбор; в свою очередь, капиталистическая экономика предполагает улучшение за счет конкуренции; либерализм и неолиберализм также возникли из философии "свободного человека" и свободного выбора. Допущения и предположения, охватываемые этими концептами, мешают уделить внимание деталям и различиям. Как и слепая вера в близорукие экономические и государственные системы, зачастую стереотипы в рамках социального мышления наносят ущерб свободе, сдерживают ее и просто ей противоположны.

Нас интересует вопрос гендерного лидерства в масс-медиа в контексте деборовского «общества спектакля», и в этом вопросе, кроме известной книги самого Ги Дебора, мы опираемся прежде всего на работы Э. Гидденса, М. Фуко и Дж. Батлер. Материалом для анализа является, в частности, медиарепрезентация канцлера Германии Ангелы Меркель и американского госсекретаря Хиллари Клинтон. Цель предпринятого исследования в этом контексте может быть определена как выявление характера медиапредставлений, в которых мы видим благословение СМИ на манипулирование гендерными различиями под прикрытием

либерального и просветительского идеала свободного демократического общества.

Заявленная тема объединяет, с нашей точки зрения, важные моменты идеологии двадцать первого века и возможности женского лидерства. Мы утверждаем, что, хотя женщины получают все больший приоритет в медиaprостранстве, средства массовой информации, с их языком, образами, выводами и комментариями, продолжают использовать любые различия и трансгрессии, которые ставят под сомнение эффективность исполнения женщинами какой-либо властной либо лидерской роли. Либеральный социальный дискурс свободы, ответственности и инициативы в рамках капиталистической меритократии затеняет отчаянные попытки женщин вырваться за пределы стереотипных ролей, их усилия на легитимизацию себя в качестве властных персон, их борьбу за смысл и значение в различных гендерных характеристиках.

Говоря о перформативности, мы имеем в виду прежде всего теорию повторения перформатива Джудит Батлер; последняя, как известно, понимала под перформативом (англ. performative, отлат. performo – действую) – «высказывание, которое приравнивается к действию, поступку. Перформатив входит в контекст жизненных событий, создавая общественную, коммуникативную или межличностную ситуацию, которая влечет определенные последствия (например, объявление войны, декларации,

завещания, клятвы, присяги, извинения, административные и военные приказы и т.п.)» [1]. Гендер же, согласно Батлер, есть реконструкция и повторное переживание набора смыслов, уже социально установленных. Это относится и к перформансу лидерства. Ритуалы лидерства совершаются постоянно, так как лидер «конструируется» как последовательный субъект внутри медиа спектакля, и тем не менее эта конструкция лидерства всегда является непоследовательной и внутренне расколотой. Гендер также, несмотря на свою кажущуюся ясность, постоянно дестабилизирован. По словам Батлер, гендерные роли выполняются снова и снова, утвержденные как "естественные", и не основанные на какой-либо подлинности. Предположительно стабильные гендерные идентичности должны быть перформативны, чтобы сохранить свое влияние и доминирование; "актеры" реализуют свой пол и лидерство в течение долгого времени, и "сценарий" гендерно-предопределенного поведения и характеристик сохраняется. Гендерно-соответствующие стилизации и знаки составляют перформанс лидерства, поскольку лидерство – гендерно-обусловленная социальная роль. Повторение этой маскулинной роли в медиа представлении работает на восстановление конкретных лидерских качеств, которые считаются мужскими, таких как сила, стойкость, решительность, бесстрашность, и даже боевой или агрессивный индивидуализм.

Перформанс лидерства имеет в своем распоряжении разработанный сценарий гендерных и гетеронормативных компонентов. Актеры в публичном спектакле используют предыдущие стили тела, манеры держаться, украшений и других визуальных, физических и риторических реплик. В управлении своим перформансом лидерства лидер может извлечь из исторических и культурных прецедентов то, что соответствующие знаки используют для легитимизации своей позиции. Хотя мы считаем, что типы лидерства меняются, дисциплинированное повторение определенных признаков и стереотипов поддерживается через медиаспектакль. Батлер описывает, как "дисциплинарное производство гендера влияет на ложную стабилизацию пола в интересах гетеросексуальной конструкции и регулирования сексуальности внутри репродуктивной области" [2, р. 184-185]. В то время как регулирование сексуальности сохраняется в гетеросексуальной матрице Батлер, дисциплинированное принятие гендерных ролей и норм работает на воспроизведение лидерства как маскулинного. "Иллюзия гендерного ядра" создается перформансом. Гендерный перформанс женского лидерства контрастирует с перформансом лидерства, который требует мужского гендерного перформанса, поскольку схемы лидерства, становясь все более гибкими, остаются привязанными исторически к классическим понятиям (отцовского) авторитета и военной вовлеченности. Общее предположение о

лидерах состоит в том, что они должны обладать врожденными особенностями и талантами, которые подтверждают их право вести других за собой. Эти характеристики изменяются в контексте либеральных общественных идеалов и неолиберальной экономической системы, которая сделала определенные нарративы жизни и успеха более заметными посредством международного массмедийного спектакля. Поскольку пол, как полагают, имеет видимые сигналы, которые указывают на (сексуальную) идентичность личности, важным моментом перформативности в этом контексте является то, что гендер не определяется естественным образом различиями между людьми. По словам Батлер, пол – "своего рода делание, непрерывная активность, осуществляемая, в частности, без его собственного ведома" [3, р. 1]. Женщина-лидер, ее присутствие и роли, являясь одновременно проблематичными и желаемыми (в терминах осуществляемой на государственном уровне политики разнообразия и транснациональных берущих-во-внимание-гендерную-политику усилий), воплощают в себе парадокс феминного гендерного тела на высоком уровне властных полномочий.

Перформанс лидерства работает, как и перформанс пола, в пределах определенного культурного контекста. Объектом нашего анализа является постиндустриальный, демократический и (пост-) капиталистической "Запад". В этих рамках "спектакль есть одновременно и результат, и содержание существующего способа

производства ... Это краеугольный камень нереальности реального общества" [4, р. 13].

Влечение к новизне и исключительности женщины-лидера эксплуатируется вновь и вновь в медиасектакле в стремлении очаровать аудиторию. Сплетение государственных приоритетов и традиций и мифов гендерного лидерства с масс-медийным спектаклем зависит от экономической и государственной системы, использующей гендерные стереотипы и разделение труда для восстановления кажущегося неестественным женского лидерства.

Таким образом, теория перформативности Батлер решительно корреспондирует с нашим аргументом о перформативности лидерства в общественном спектакле. Через повторение как нестабильных идентичностей (гендерная роль, которая традиционно и исторически существует отдельно от лидерской роли), лидерство постоянно утверждается как маскулинное. Спектакль глобальных медиа по-прежнему насыщает социальное пространство преимущественно маскулинными образами лидерства. "Общество спектакля" Дебора предвосхитило дилемму двадцать первого века дисперсии информации и одержимости управления образом, особенно в его обсуждении медиа «звезд» и в его критике аппарата, который увековечивает

себя по своей собственной "внутренней логике". Теория Батлер является теорией, отточенной в конце тысячелетия и столетия беспрецедентного технологического изобретательства и

позволяющей сделать вывод, что конституция лидера неотделима от конституции гендерных ролей и стереотипов, и что ее перформанс для женщин-лидеров, в связи с текущей репрезентацией и ретушированием либеральной риторикой, остается крайне проблематичным и на данный момент невозможным.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дмитрієва, М. Словник з гендерної тематики до книжки Джудіт Батлер "Гендерний клопіт". [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ua-pereklad.org/ua/theory/slovntem>
2. Butler, Judith. Gender trouble : feminism and the subversion of identity. New York : Routledge, 1990. xiv, 172 p.
3. Butler, Judith. Undoing gender. New York ; London : Routledge, 2004. viii, 273 p.
4. Debord, Guy. Society of the Spectacle [transl. by Ken Knabb]. New York: Zone Books, 1995. 160 p.
5. Edelman, Murray. Constructing the Political Spectacle. University of Chicago Press: Chicago, 1988. vi, 137 p.
6. Fiske, John. Understanding popular culture. Boston: Unwin Hyman, 1989.
7. Gauntlett, David. Media, gender and identity: an introduction. New York, NY : Routledge, 2008. xii, 317 p.
8. Halberstam, Judith. Female masculinity. Durham. Duke University Press, 1998. xiv, 329 p.