

## ВПЛИВ ГЛЯНЦЕВИХ ЖУРНАЛІВ НА ФОРМУВАННЯ СТАТЕВОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ У МОЛОДІ

*Розкрито вплив глянцевиx журналів на формування статевої ідентичності у молоді. Розглянуто зміст і оформлення глянцевиx журналів та їх роль як первинної соціалізації, тобто такої, що формує головні ідентифікаційні моделі поведінки.*

**Ключові слова:** ідентичність, рольова ідентичність, статева ідентичність, гендерна роль, первинна соціалізація, закріплювальна соціалізація.



З давніх-давен провідними інститутами, які в основному впливали на формування статевої ідентичності, вважалися родина і школа. Проте традиційна структура родини пережила суттєву трансформацію, зросла кількість розлучень і укладань повторних шлюбів, формування ранніх шлюбів чи уникнення такого інституту взагалі, тобто родина і сім'я значно зменшили свій глобальний авторитет у формуванні соціальних взірців поведінки. З іншого боку, школа теж втратила монополію на поширення знань, що призвело до того, що дедалі більше нетрадиційних соціальних інститутів почали долучатися до процесу формування і реформування статевої ідентичності.

Сучасні засоби масової інформації, зокрема глянцеві журнали, безумовно, є одним з найактивніших джерел соціалізації. Звісно, газети, журнали, кіно тощо відігравали істотну роль у цьому процесі й раніше. Принципова відмінність сучасної ситуації полягає в тому, що діють вони в умовах відсутності чітко виражених культурних, соціальних, моральних та інших норм і починають відігравати роль не стільки вторинної, так званої закріплювальної соціалізації, скільки роль соціалізації первинної, тобто такої, що формує первісні, вихідні ідентифікаційні моделі поведінки [7, с. 28].

Відсутність чіткої культурної, соціальної та моральної ієрархії у підготовці матеріалів засобами масової інформації значною мірою пов'язана з комерційним конвеєром, де жорстка конкуренція часто вимагає задля популяризації шукати незвичні форми і зміст, незважаючи на «гігієнічність» підбору матеріалу. Крім того, в кінці ХХ століття додався ще один надзвичайно впливовий культурно-інформаційний пласт – Інтернет, де в принципі не існує ніякої цензури. Добре це чи погано – визначати не психологам. Наразі ми можемо констатувати, що спостерігаємо саме такий вияв культурного розвитку, і наша мета – проаналізувати, яким чином це впливає на формування ідентичності сучасної молоді. Це дозволить нам виокремити основні аспекти даної проблеми і окреслити напрямки емпіричних психологічних досліджень.

Аналіз останніх досліджень дозволяє стверджувати, що ідентичність досліджували по-різному. Зокрема, Е. Фромм трактує потребу в ідентичності (need for identity) як теоретичний конструкт, який пояснює людську мотивацію, тобто потребу відчувати свою унікальність і неповторність. Статева (гендерна) ідентичність – це базова структура соціальної ідентичності, яка характеризує людину (індивіда) з точки зору її належності до чоловічої чи жіночої групи, при цьому найбільш суттєвим є те, як сама людина відчуває свою приналежність; усвідомлення її, переживання своєї маскулінності-фемінності, готовність грати певну статеву роль.

Саме поняття «ідентичність» вперше детально було представлено Е. Еріксоном. З його точки зору ідентичність опирається на усвідомлення часової протяжності власного існування, передбачає сприйняття власної цілісності, дозволяє людині визначити ступінь своєї подібності до різних людей при одночасному баченні своєї унікальності й неповторності.

Сьогодні розглядають соціальну й особистісну ідентичність. Починаючи з 80-х років ХХ століття, в руслі теорії соціальної ідентичності Теджфела-Тернера гендерна ідентичність

тракується як одна з підструктур соціальної ідентичності (виділяють також етнічну, професійну, громадянську та інші структури соціальної ідентичності).

Однак, майже ніхто, крім літературознавців та журналістів, не займався дослідженням впливу друкованої продукції ЗМІ, в т.ч. глянцевого журналістики, на формування статевої ідентичності сучасної молоді.

Мета статті – виявити і розкрити особливості впливу оформлення глянцевого журналістики як явища масової культури на формування статевої ідентичності сучасної молоді.

На перший погляд складається враження, що глянцева журналістика не несе ніякої конкретної інформації – багато яскравих картинок, вербальна та візуальна реклама і лише декілька статей на фоні коротких повідомлень про життя знаменитостей. Саме тут і варто зупинитися, щоб проаналізувати цей феномен.

С. Ушакін у своїй статті «Ілюзія мужності» переосмислює наповнення глянцевого журналістики для чоловіків. Він говорить про те, що «на зміну дискусіям про «сутність» мужності приходять дискусії про характер чоловічих «обладунків», на зміну трактатам про виховання почуттів – довідники з основ етикету, у тому числі й статевого, формальні елементи починають використовувати для позначення – тобто матеріалізації відсутності змістовних елементів: як через неможливість безпосередньої присутності останніх, так і найчастіше завдяки їхньому фантомному характерові» [8]. Акцент ставиться на тому, що становлення особистості молоді людини відбувається в процесі засвоєння і відтворення символічних образів, за допомогою яких людина може означити свою присутність у суспільстві.

М. Кляйн у своїй класичній праці про роль символів у формуванні особистості підкреслювала важливість цієї освітньої функції: «...символізм є не тільки підставою різного роду фантазій і сублімацій. Крім того, символізм – це фундамент, на якому індивід будує свої відносини і з зовнішнім світом, і з реальністю загалом» [1]. Отже, стаття можна трактувати як

символічну конструкцію, що покликана показувати належність до певної групи чи класу, які мають власні символічні засоби репрезентації.

Як технічно реалізується подібна репрезентація статі? Згідно з Л. Альтюссером, є лише два доступних нам способи чи механізми репрезентації [8]. У «Тлумаченні сновидінь» З. Фройд характеризує їх як фундаментальні закони: «зміщення» (displacement) і «згущення» (condensation). Під зміщенням З. Фройд зазвичай розуміє таку трансформацію змісту сну, досвіду чи конкретної події, при якому він – зміст – набуває іншого значеннєвого центру, а прийом згущення, чи метафоризації, описує як процес формування розумової чи фантазматичної ситуації, що поєднує ідеї, деталі, події, котрі не мають між собою безпосереднього видимого зв'язку [6, с. 18].

Ж. Лакан, своєю чергою, переніс психоаналітичні категорії на ґрунт лінгвістики, визначивши ті ж самі механізми як риторичні прийоми метонімії та метафори. Під метонімією розуміють такий риторичний прийом, при якому назва одного предмета використовується для опису іншого, при цьому обидва предмети перебувають у стані просторового (або часового) взаємозв'язку [4, с. 53].

У результаті цих методологічних інновацій, згідно з позицією С. Ушакіна, з'явилася можливість розглядати статтю як продукт конкретної риторичної діяльності, як мінливий результат безупинної роботи з вироблення символів і сенсів. Суть аналізу в цій ситуації зводиться до спроби виявити джерела і хід розвитку тих метафор і метонімії, тих зміщень і згущень, що й формують символічне поле статевих ідентичностей [8].

Характерно, що незважаючи на словесне пропагування прийняття людей різного віку і соціального призначення, образи чоловіка і жінки відображають цілком чітку групову ідеологію – так званого нового середнього класу, соціальний статус якого визначається не успадкованим капіталом чи політичними зв'язками батьків, а конкретною самостійною діяльністю конк-

ретного індивіда. Скажімо, у коротких біографічних даних з фотопортретами, як правило, не фігурують ані прізвища, ні сімейний стан, ані будь-які інші відомості, які визначають позафаховий статус.

Пригадаємо, що традиційний, «нормальний» психосексуальний розвиток особи рухається траєкторією: суб'єкт (наприклад, дитина) – зовнішній зразок для наслідування (зазвичай – один із батьків) – модифікований суб'єкт. Нарцисичний тип розвитку принципово інакший. Траєкторія розвитку в даному випадку позбавлена проміжної ланки, точніше, роль зовнішнього зразка для наслідування грає сам суб'єкт. Траєкторія, таким чином, набуває наступної форми: суб'єкт – ідеальний суб'єкт – модифікований суб'єкт.

М. Кляйн пов'язувала джерело подібного типу розвитку з невдачею, якої зазнав суб'єкт при спробі ідентифікувати себе із «зовнішнім» об'єктом/суб'єктом. Нарцисизм, таким чином, є своєрідною формою захисної реакції на нестійкість зв'язків із зовнішнім світом [2].

Спробуємо зупинитися на візуальному аспекті цього феномену, не заглиблюючись у аналіз захисної функції нарцисизму.

Розповідаючи у своїх «Метаморфозах» міф про шістнадцятирічного Нарциса, Овідій не втомлюється повторювати, що суть драми юнака не в тому, що він не зміг обірвати (чи безкінечно продовжувати) обтяжливий «роман із самим собою» – у такому разі фінал навряд чи був би таким трагічним. Іронія ситуації в тому, що «об'єктом пристрасті» стало відображення, образ, зоровий ефект. Перекладаючи символи античної міфології на загальнодоступну мову психопатології повсякденного життя, З. Фройд спробував зрозуміти, що саме намагається побачити черговий нарцис у своєму (чи чужому) відображенні/образі, що саме є т.зв. «пусковим гачком» процесу ідентифікації глядача й образу. На думку З. Фройда, у подібному діалозі можливі чотири типи взаємин. При кожному з них образ виконує функцію

відображення, нагадуючи суб'єктові про нього самого на певному етапі його життя [6, с. 38].

Таким чином, у процесі сприйняття «відображення» наявний один з чотирьох різновидів ідентифікації:

- ідентифікація суб'єкта з його власним образом (упізнання сучасного);
- ідентифікація суб'єкта з його образом у минулому (активізація минулого);
- ідентифікація суб'єкта із своїм можливим образом у майбутньому (проекція майбутнього);
- повторна ідентифікація з тим/тією, хто вже був одного разу об'єктом первинної ідентифікації (у даному випадку йдеться, як правило, про батьків і, відповідно, про реставрацію вихідної ідентичності) [6, с. 42].

Образи, які пропонуються індивідові як ідеальні моделі в глянцевиx журналах, вважає С. Ушакін, можуть розглядатися як сурогати, що покликані заповнити вакантне місце первинного, дитячого нарцисизму – нарцисизму, при якому індивідуальне й ідеальне в суб'єкті ще повністю збігалися [8].

Хоча фройдівська типологія нарцисизму є дуже ефективною для пояснення процесу ідентифікації, вона залишає без відповіді важливе запитання: чому саме зір стає механізмом, за допомогою якого відбувається формування нарцисичної особи. Починаючи з 1936 року, французький психоаналітик Ж. Лакан здійснив низку спроб розвинути фройдівську концепцію нарцисизму. Лаканівська теорія дзеркальної стадії, яка з'явилася в результаті цих спроб, справила дуже суттєвий вплив на формування психоаналітичного напрямку, відомого сьогодні під назвою постфройдизм [5, с. 37].

У праці, присвяченій ролі дзеркальної стадії в процесі формування особи, Ж. Лакан наводить два приклади, які демонструють принципово різне ставлення «глядача» до свого дзеркального відображення. Він зауважує, що шестимісячне дитинча шимпанзе втрачає будь-який інтерес до свого відображення у

дзеркалі як тільки бачить, що це усього лише відображення, а не ще одне дитинча [5, с. 45]. Ставлення дитини того ж віку до свого відображення принципово інше (Ж. Лакан пов'язує «дзеркальну стадію» з віком від шести до вісімнадцяти місяців). Визнання відображувальної природи дзеркала супроводжується, за Ж. Лаканом, цілою серією жестів, за допомогою яких дитина «у формі гри виявляє взаємозв'язок, з одного боку, між рухами власного відображення і відображеною реальністю, а з іншого боку – між цим видимим (virtual) світом і тією реальністю, яку він відтворює, – тобто тілом дитини, людьми і речами, які її оточують» [5, с. 49].

Проводячи межу між ілюзорним і справжнім, дзеркальне відображення, таким чином, формує два різні способи ставлення індивіда до себе і до власного тіла. У першому випадку самосприйняття обмежується символічними формами і складається із відносин між образами, в буквальному значенні слова вміщеними в те чи інше «дзеркало». У другому – самосприйняття стає можливим у процесі самовідчуження, тобто в процесі співвіднесення свого місця з тими позиціями, які вже зайняті іншими людьми і/чи речами. Однак це символічне і/чи матеріальне відчуження особи – не єдиний, та й не найголовніший ефект, породжуваний дзеркальною стадією.

Новизна концепції «дзеркальної стадії» в тому, що, поперше, вона пов'язана із локалізуючою роллю дзеркального відображення. Спостерігаючи своє відображення в дзеркалі, дитина поступово усвідомлює, що й вона сама, і її відображення можуть бути об'єктом стороннього погляду, незалежно від її власного бажання. Відтак, дзеркало є тим механізмом, за допомогою якого погляд на себе збоку стає невід'ємною частиною як себе, так і будь-якого погляду. По-друге, вона пов'язана із конкретною часовою стадією, під час якої відбувається подібне «роздвоєння» зору й особи.

Як зауважує Ж. Лакан, дитина «народжується на світ передчасно», будучи нездатною самостійно й ефективно керувати

своїм тілом. Незважаючи на зовнішню цілісність і однорідність, тіло дитини продовжує залишатися до певного моменту в дослівному сенсі «роздрібненим». Дорослішання в даному випадку і є не що інше, як процес навчання того, як поводитися нормально – тобто стійко і без падінь [5, с. 56].

Згідно з думкою Ж. Лакана, тільки беручи до уваги цю передчасність народження дитини, можна гідно оцінити формотворчу роль дзеркальної стадії. Спочатку приміряючи дзеркальне відображення, а потім і сприймаючи його як власне, дитина здійснює акт ідентифікації – тобто процес зміни, обмежений контурами видимого образу. Видимий образ стає зразком для наслідування. Відтак, «дзеркальна стадія є драмою, у процесі якої індивід послідовно переживає ланцюг фантазій: від роздробленого тіла – до тілесної цілісності, а від неї – до панцира ідентичності, «яка залишає сліди своєї жорсткої структури на усьому шляху розумового розвитку індивіда» [5, с. 56].

Важливість концепції «дзеркальної стадії» зумовлена не тільки її роллю у з'ясуванні процесу формування статі особи. Істотним є і те, що процес ментального і зорового співвіднесення образів набуває першорядного значення кожного разу, коли «панцир» чергової ідентичності тріскає. Прикладом може слугувати наочна агітація, яку використовували в Радянському Союзі з політичною метою. Подібний механізм використовували і так звані «нові росіяни/українці» у початковий період свого становлення. Кольорова агресія «малинових піджаків» розрахована саме на зорову/глядацьку реакцію. Ідентифікація в цьому випадку відбувалася через образ групи, а не через її функцію.

У глянцевих журналах той самий механізм може формувати певну групу споживачів [8]. Відомо, що журнали самі визначають, яка група споживачів їхнього друкованого слова їм потрібна, і будь-якими способами готові їх зацікавлювати. Визначальними є не методи, а результат. А оскільки в суспільстві коло певної аудиторії є природно обмеженим, то залишається



два варіанти: або виходити далеко за межі своєї цільової аудиторії, або збільшувати кількість останніх.

Осягнути неосяжне не завжди можливо і не завжди доцільно, тому найоптимальнішим залишається, здавалося б, неможливий процес – процес штучного збільшення певного соціального прошарку. Для цього і використовується наочна сугестивна «реклама», реклама ідеалізованого образу, який може бути доступним кожному, хто відносить себе або хоче належати до певного соціального прошарку. Здавалося б, нічого страшного в цьому немає, але проблема полягає в тому, що ці образи створюють окремі індивіди зі своїми окремими, не завжди безпечними поглядами. Крім того, вибір дається дуже ілюзорний: не схожий на модель з глянцевого журналу – успішним тобі не стати. Особливо це прослідковується серед друкованої продукції, цільовою аудиторією якої є молоді люди, що завершують своє статеve формування і, природно, потребують зразка до наслідування. Крім того, ідеалізація нарцисичного портрету викликає певну тривогу.

Звернемо ще раз увагу на типовий образ успішних чоловіка і жінки у глянцеvih журналах. У чоловічих журналах складається набір ознак мужності, який виглядає приблизно так: чарівність, вміння виглядати на всі сто завдяки дорогим костюмам і парфумам від відомих модельєрів, вживання дорогих сигар і коньяків, споживання їжі не в сімейному колі, а в ресторані з друзями і знайомими (не менш успішними, ніж ви), можливість літати на відпочинок в якийсь із куточків земної кулі замість подорожі наземним транспортом у сільську глибинку, присутність біля себе красивої жінки – моделі і можливість забезпечити своїй коханій набір няньок і домогосподарок, які б звільнили їй час на те, щоб завжди бути гарною на світських вечірках, які любить відвідувати комунікабельне подружжя.

У типових жіночих журналах список дещо інший, але не по суті, а за зовнішніми ознаками: ви прекрасна, страшенно зайнята жінка, яка, незважаючи на те, чи ваша зайнятість

пов'язана з роботою чи з відвідуванням магазинів, завжди знаходить час підтримувати свій модельний образ за допомогою дорогих салонів, косметики і світу моди; ви маєте багатого чоловіка, гарних дітей (теж наче з журнальної обкладинки) і, звісно ж, не знаєте, що таке пелюшки і швабра, бо на те є оплачувані помічники, ви живете світським життям і ходите на вечірки з коханим, який може і не найгарніший (ненаймолодший) з ваших колишніх залицяльників, але найщедріше виявляє свою любов у вигляді каблучок з діамантами. Ці списки можна продовжувати, але для розуміння цілісного образу цього достатньо.

Ідеали жінки/чоловіка, які пропонують нам глянцеві журнали, – це гарна картинка, оздоблена яскравими блискітками, це витвір мистецтва моди. Проте тут мало згадується про внутрішній світ, а якщо до нього й звертаються, то тільки щоб привернути додаткову увагу до зовнішньої оболонки. Ми себе, свідомо чи несвідомо, хочемо того чи ні, ідентифікуємо з цим образом, неначе надягаємо на себе сукню чи костюм haute couture, не замислюючись над його доцільністю.

Якщо ми ще раз звернемося до трактування поняття ідентичності, яка розуміється як набір (символічних) засобів самовираження, за допомогою яких індивід визначає своє ставлення до таких соціальних категорій, як, скажімо, «стать», «національність», «вік», «клас» тощо, то зрозуміємо, що «споживання» пропонованих об'єктів для наслідування може приховувати в собі тривожні ознаки. Це як питання екології: ми ще не можемо точно передбачити масштаби і особливості шкоди, якої може завдати культ глянцевого ідеалу, як і глобального потепління, але мусимо зрозуміти, що це питання потребує вивчення і пошуків розв'язання.

Таким чином, у даній статті виявлено і розкрито особливості впливу оформлення глянцевого журналу як явища масової культури на формування статевої ідентичності сучасної молоді. За допомогою візуальних стимулів і сугестивного тексту глянцевого журналу суттєво впливають на становлення статевої іден-

тичності молоді, вони нав'язують суспільству нарцисичний образ як ідеальний патерн поведінки. Відбувається заміна глибинної сутності мужності і жіночності, які є складовими статевої ідентичності молоді, на штучно сформовані візуальні образи. Це образи нарцисичних чоловіків і жінок, які є успішними в кар'єрному рості, фінансово забезпечені, живуть згідно з останніми вказівками моди. Їхня комунікабельність проявляється в поверхневому спілкуванні, що є складовою, в першу чергу, світського життя, а не сімейних близьких стосунків. Виходить, що молоді люди формуються в умовах, де зразком для наслідування є штучно сформований образ, на відміну від образів, які пропонують такі соціальні інститути, як сім'я, школа та ін.

Перспективами дослідження є емпіричне вивчення особливостей формування статевої ідентичності під сугестивним впливом матеріалів глянцевого журналістики молоді, а також обґрунтування шляхів усунення їхніх негативних наслідків.

1. Кляйн М. О теории вины и тревоги / М. Кляйн; перевод на русский язык С.Г. Дурас [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://duras.org/>.
2. Кляйн М. О наблюдении за поведением младенцев / М. Кляйн; перевод на русский язык С.Г. Дурас [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://duras.org/>.
3. Собуцький М. Покращена порода / М. Собацький [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ktm.ukma.kiev.ua/show\\_content.php?id=565](http://www.ktm.ukma.kiev.ua/show_content.php?id=565).
4. Лакан Ж. Инстанция буквы, или судьба разума после Фрейда / Ж. Лакан. – М., 1997. – 184 с.
5. Лакан Ж. Стадия зеркала и другие тексты / Ж. Лакан. – М., 1994. – 155 с.
6. Фрейд З. Очерки по психологии сексуальности / З. Фрейд. – К.: Здоровье, 1990. – 144 с.
7. Фрейд З. Толкование сновидений / З. Фрейд. – Минск: Харвест, 2004. – 480 с.
8. Ушакін С. Люзія мужности / С. Ушакін. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ji.lviv.ua/n27texts/ushakin1.htm>.
9. Шварц-Салант Н. Нарцисизм и трансформация личности: психология нарцисических расстройств личности / Н. Шварц-Салант. – М.: Класс, 2007. – 296 с.



**Ортинская Р.Р. Влияние глянцевого журналов на формирование половой идентичности у молодежи.**

*В статье раскрыто влияние глянцевого журналов на формирование идентичности у молодежи. Рассмотрены содержание и оформление глянцевого журналов и их роль как первичной социализации, то есть такой, которая формирует главную идентификационную модель поведения.*

**Ключевые слова:** *идентичность, ролевая идентичность, половая идентичность, гендерная роль, первичная социализация, закрепляющая социализация.*



**Ortynska R.R. Theoretical analysis of influence of popular magazines on formation of youth sex identity.**

*The influence of the glossy magazines on the formation of the sex identity of the youth is clarified. The content and the design of the glossy magazines and their role as the primary socialization, i.e. which forms the main identification models of conduct are considered.*

**Key words:** *identity, role identity, sex identity, gender role, primary socialization, consolidated socialization.*

