

Vilniaus universitetas
Komunikacijos fakultetas
Žurnalistikos institutas

Dalia Nakutytė,
Žurnalistikos studijų programos studentė

**LYČIŲ RAIŠKA TELEVIZIJOJE: VYRIŠKUMO IR MOTERIŠKUMO
SAMPRATOS KAITA**

MAGISTRO DARBAS

Vadovas doc. dr. Ž. Pečiulis

Vilnius, 2006

<i>Pildo magistro baigiamojo darbo autorius</i>	
<p>_____</p> <p>Dalia Nakutytė</p> <p>(magistro baigiamojo darbo autoriaus vardas, pavardė)</p> <p>_____</p> <p>Lyčių raiška televizijoje: vyriškumo ir moteriškumo sampratos kaita _____</p> <p>(magistro baigiamojo darbo pavadinimas lietuvių kalba)</p> <p>_____</p> <p>Expression of gender on television: alternation in perception of masculinity and femininity _____</p> <p>(magistro baigiamojo darbo pavadinimas anglų kalba)</p>	
<p>Patvirtinu, kad magistro baigiamasis darbas parašytas savarankiškai, nepažeidžiant kitiems asmenims priklausančių autorių teisių, visas baigiamasis magistro darbas ar jo dalis nebuvo panaudotas kitose aukštosiose mokyklose.</p> <p style="text-align: right;">_____</p> <p style="text-align: right;">(magistro baigiamojo darbo autoriaus parašas)</p>	
<p>Sutinku, kad magistro baigiamasis darbas būtų naudojamas neatlygintinai 5 metus Vilniaus universiteto Komunikacijos fakulteto studijų procese.</p> <p style="text-align: right;">_____</p> <p style="text-align: right;">(magistro baigiamojo darbo autoriaus parašas)</p>	
<i>Pildo magistro baigiamojo darbo vadovas</i>	
<p>Magistro baigiamąjį darbą ginti _____</p> <p style="text-align: center;">(įrašyti – leidžiu arba neleidžiu)</p> <p>_____</p> <p>(data) _____</p> <p style="text-align: right;">(magistro baigiamojo darbo vadovo parašas)</p>	
<i>Pildo instituto, kurioje vykdoma studijų programą, reikalų tvarkytoja</i>	
<p>Magistro baigiamasis darbas įregistruotas</p> <p style="text-align: center;">_____</p> <p style="text-align: center;">Žurnalistikos institute _____</p> <p style="text-align: center;">(instituto, kurioje vykdoma studijų programą, pavadinimas)</p> <p>_____</p> <p>(data) _____</p> <p style="text-align: right;">(instituto reikalų tvarkytojos parašas)</p>	
<i>Pildo instituto, kurioje vykdoma studijų programą, vadovas</i>	
<p>Recenzentu skiriu _____</p> <p style="text-align: center;">(recenzento vardas, pavardė)</p> <p>_____</p> <p>(data) _____</p> <p style="text-align: right;">(instituto vadovo parašas)</p>	
<i>Pildo recenzentas</i>	
<p>Darbą recenzuoti gavau. _____</p> <p style="text-align: center;">(data) _____</p> <p style="text-align: right;">(recenzento parašas)</p>	

Nakutytė, Dalia

Na 113 Lyčių raiška televizijoje: vyriškumo ir moteriškumo sampratos kaita : magistro darbas / Dalia Nakutytė ; mokslinis vadovas doc. dr. Ž. Pečiulis ; Vilniaus universitetas. Komunikacijos fakultetas. Žurnalistikos institutas. – Vilnius, 2006. – . – Mašinr. – Santr. angl. – Bibliogr.: p. 62-68 (pavad.).

UDK 791.45:396 (474.5)

Moteriškumas, vyriškumas, televizija, feminizmo teorija, lyčių problematika, stereotipai, TV žanrai, humoro laidos

Magistro *darbo objektas* – lyčių raiška televizijoje. *Darbo tikslas* – išanalizuoti lyčių raiškos būdus ir tendencijas televizijoje. Pagrindiniai *darbo uždaviniai*: išnagrinėti lyčių problematiką feminizmo teorijoje; apžvelgti vyraujančius lyčių stereotipus masinėje kultūroje; suskirstyti TV laidas ir (makro)žanrus lyčių skirtumo pagrindu; išnagrinėti laidų vedėjų kuriamas moteriškumo ir vyriškumo reikšmes; išanalizuoti lyčių vaizdavimo tendencijas humoristiniuose TV šou.

Naudojantis loginės analizės ir sintezės, sisteminimo, lyginamuoju, apžvalginiu ir kokybinės turinio analizės *metodais* prieita prie *išvados*, jog televizijoje kuriamų moteriškumo ir vyriškumo reikšmių paradigma lyginant su išvystyta lyties ir seksualumo samprata feminizmo teorijoje yra gana statiška ir reprezentuoja dominuojančią normatyvinio vyriškumo ideologiją. TV laidose sutinkama nemažai naujų moteriškumo formų ir *feminizuotų* vyrų įvaizdžių, tačiau jie neatrodo grasinantys, greičiau toleruojami tradicinės lyčių vaidmenų sampratos. Nacionalinių televizijų programose dominuojančios moters kaip žmonos, motinos ar aukos socialinės reikšmės gerokai nusveria alternatyvų *moters-lyderės* įvaizdį. Pastebėta, kad moterų vaizdiniai yra labiau suvaržyti stereotipinių nuostatų nei vyrų ir turi daugiau neigiamų konotacijų. Ypač ryškiai demonstruojamas „nedalus“ moters ir privačios sferos-namų aplinkos-buitinių rūpesčių derinys. Televizija atlieka svarbų vaidmenį reprezentuojant, kuriant ir palaikant lyčių stereotipus. Humoro laidose kaip priemonė pasišaipyti iš tam tikrų socialinių negerovių/gydų/grupių naudojami stereotipai juokiasi ir iš vyrų, bet iš moterų labiau. Konstatuojama, kad lyčių raiškos galimybės televizijoje yra didesnės nei iš pradžių manyta. Orientacija į kuo platesnę auditoriją užtikrinant jos augimą pirmiausia įvairialyčių principu sąlygojo TV žanrų specifiką. Skirstymas į *moteriška* ir *vyriška* yra būdinga žanriniam naratyvui ir makrožanrams, programoms klasifikuojant jas pagal tematiką, tikrovės ir išmonės santykį, laidoms – pagal temų sąrašą ir paskirtį. Kitaip nei laidų vedėjams, autorines laidas vedančioms moterims taikomi griežtesni (dvigubi) įvaizdžio standartai, remiamasi pirmiausia grožio/išvaizdos/proporcijų, o ne profesionalumo kriterijumi.

Magistro darbas gali būti *naudingas* lyčių problematikos ir žiniasklaidos tyrinėtojams, žurnalistikos dėstytojams ir studentams, plačiajai visuomenei.

TURINYS

Įvadas

1. Lyties ir seksualumo problematika feminizmo teorijoje.
 - 1.1. Moters/vyro samprata tradicinėje Vakarų filosofijoje .
 - 1.2. Lyčių santykių, jų lygybės ir skirtingumo suvokimo plėtra feminizmo raidos kontekste.
 - 1.3. Lyčių sistema ir patriarchalinės tvarkos ideologija.
 - 1.4. Lyties tapatumo politika ir postmodernus feministinis diskursas.
2. Moteriškumo ir vyriškumo reprezentacijos kodai masinėje kultūroje ir žiniasklaidoje.
 - 2.1. Lyčių vaidmenys ir socializacija.
 - 2.2. Moteriškumo/vyriškumo heteronormatyviniai idealai ir naujos formos.
 - 2.2.1. Kūno ir seksualumo vaizdiniai.
 - 2.2.2. Žiūrinčio subjekto ir stebimo objekto priešprieša: žvilgsnio galia.
 - 2.2.3. Lyčių stereotipai masinės komunikacijos priemonėse.
3. Moteriškumo ir vyriškumo raiška televizijoje (ilustratyvi Lietuvos nacionalinių televizijų apžvalga).
 - 3.1. *Moteriški* ir *vyriški* TV žanrai.
 - 3.2. TV laidų ir makrožanrų klasifikacija lyčių skirtumo pagrindu.
 - 3.3. Laidų vedėjų kuriamos moteriškumo ir vyriškumo reikšmės.
 - 3.3.1. Autorinės televizijų laidos.
 - 3.3.2. Leidiniai „TV antena“ ir „TV publika“.
 - 3.4. Lyčių vaizdavimas humoristiniuose TV šou.
 - 3.4.1. Humoro kultūrinė trajektorija, meninės raiškos priemonės, galia.
 - 3.4.2. Laidų „Dviračio šou“ ir „Ragai“ turinio analizė lytiškumo aspektu.

Išvados

Bibliografinių nuorodų sąrašas

Expression of gender on television: alternation in perception of masculinity and femininity (summary)

ĮVADAS

Šiuolaikinėje visuomenėje, gyvenančioje demokratijos, masinės komunikacijos, naujausių informacinių technologijų, globalizacijos ir komercializacijos amžiuje, žiniasklaida, kurianti viešąją sferą ir veikianti joje kaip tarpininkas, atlieka lemiamą vaidmenį kurdama ir perduodama socialinius simbolius, reikšmes, o šie padeda žmonėms suprasti savo patirtį ir įvardyti kasdienybę. Pilietinė žurnalistika, įprasminanti žiniasklaidos svarbą visuomenės gyvenime, visuomenės informavimo priemonės įvardija kaip vieną iš potencialių pasaulio pažinimo priemonių, kurios lemia tam tikras pasaulio suvokimo ribas ir sąlygoja žmogaus sėkmingą integraciją į socialinę sferą. Komunikacijos mokslo teoretikai jų santykį su visuomene vadina tokiomis metaforomis kaip *langas* (leidžiantis pažvelgti į realų gyvenimą), *gidas* (nurodantis esminius realaus gyvenimo įvykius, suponuojantis jų atitinkamą vertinimą), *veidrodis* (atspindintis realius įvykius) ir pan. Ypatinę galios statusą tarp masinių komunikacijos priemonių įgyja televizija, aktyviai formuojanti visuomenės nuomonę. Tai lemia jos komunikacinės savybės, techninės vaizdo, garso ir teksto konjunktūros galimybės, ypatingas ryšys su auditorija.

Moteriškumas ir vyriškumas masinėje kultūroje matytini kaip kultūriniai produktai ir kartu vaizdavimo (reprezentacijos) procesas, kurį viešajame diskurse administruoja žiniasklaida. Jie, aktyviai veikiami masinėje kultūroje vykstančių procesų, nėra statiškos ir nekintamos tapatybės.

A. Tereškinas vyriškumą bendriausiąja prasme (moteriškumui tai irgi tinka) apibrėžia kaip „praktikas, susijusias su vyrų pozicija lyčių santykių struktūroje“, į kurią įeina didelės apimties institucijos ir ekonominiai santykiai, asmeniniai santykiai bei seksualumas¹. Itin svarbūs yra galios santykiai visoje lytinėje sąrangoje, praktikoje pasireiškiantys heteroseksualaus lyčių reguliavimo principu. Patriarchalinėje visuomenėje ideologinis heteroseksualumo imperatyvas, formuojantis kolektyvinę sąmonę, įtvirtina lyčių hierarchiją ir sąlygoja jų reprezentacijos patvarumą. Šiame vizualizacijos procese reprodukuojami moteriškumo/vyriškumo standartai įtvirtina tam tikrų stereotipų sklaidą masinėje kultūroje, yra mistifikuojami, rekonstruojami ir nuolat veikiami naujų lytiškumo formų. Neabejotinai svarbiausią vaidmenį reprezentuojant įvairias moteriškumo ir vyriškumo reikšmes, akumuliuojant teigiamus/neigiamus jų vertinimus, skirstant „reprezentatyvumo“ ir „populiarumo“ balus atlieka žiniasklaida ir ypač televizija, dėl savo komunikacinių savybių pasiekianti didžiausią heterogenišką žmonių auditoriją, todėl – labiausiai paveiki.

Politologas L. Bielinis teigia, kad šiuolaikinė žiniasklaida modifikuojasi vis labiau įtvirtindama „Akvariumo“ (aliuzija į pirmąjį TV3 surengtą lietuviškąjį realybės šou) principą: „Akvariumas“ tampa

¹ TEREŠKINAS, Artūras. *Vyrai, vyriškumo formos ir maskulinizmo politika šiuolaikinėje Lietuvoje*. Vilnius: Vilniaus universiteto Lyčių studijų centras, 2004. p. 11.

negailingam testu visuomenei, žvelgiančiai į save – pasirodo, didžioji mūsų nūgyvento laiko dalis iš tikrųjų tėra tuščias spoksojimas į privalomo dėmesio ženklų pažymėtą lauką tikintis atpažinimo malonumo.[...] Pasidavę malonumui, pramogą paverčiame prasmingu egzistavimu...“². Pasak L. Bielinio, pramoga tampa visų televizijos laidų superideologija, kuria vadovaudamasi žiniasklaida ima produkuoti regimybes, jomis manipuliuoti bei modeliuoti jai priimtina realybę, kurią keisti siekiant patenkinti masinį vartotoją daug lengviau nei tikrąją. Politinės komunikacijos eksperto prancūzo G. Derville'o nuomone, televizija panaikina distanciją tarp realybės ir iliuzijos, nes realybę pateikia kaip iliuziją, fikciją, o tikrą fikciją priartina prie realybės³. Žiniasklaida ne tik žongliuoja tikrovės diskursais – jos komunikacija akivaizdžiai išsiplėčia laike ir erdvėje bei atima neapibrėžtam skaičiui recipientų dialogo ir tarpasmeninio bendravimo galimybes. Dėl šių dviejų ypatybių J. Thompson žiniasklaidos komunikaciją apibūdina kaip „kvazisąveiką“⁴.

M. L. DeFleur ir S. Ball-Rokeach teorija teigia, kad „žiniasklaidos pranešimų poveikis itin sustiprėja visuomeninių transformacijų laikotarpiu“⁵. Lietuvoje intensyviai keičiantis šeimos modeliui ir sampratai apie santuoką, rengiant lyčių ir lygių galimybių projektus teisinėje bazėje, formuojant viešąją politiką lyčių lygybės aspektu bei apsvarstant apskritai vyrų ir moterų padėtį šalyje, žiniasklaida nelieka nuošalyje, o tampa svarbaus vaidmens, reprezentuojančio, kuriančio arba palaikančio lyčių stereotipus, atlikėja.

Vakarų šalyse žiniasklaidos monitoringai lyčių klausimais yra pakankamai populiarūs ir vykdomi nuolat, tuo tarpu Lietuvoje lyčių komunikacijos tyrimai yra gana reti, pavieniai ir fragmentuoti, dažniausiai nagrinėjantys moterų ir vyrų įvaizdžius spaudoje (rečiau televizijoje), poveikį jautriausioms visuomenės grupėms (pvz., paaugliams) ir vyraujančias vertybines visuomenės nuostatas bei pristatomi specializuotuose lyčių studijų moksliniuose leidiniuose ir maskulinizmo bei feminizmo teoretikų darbuose, kurių (tiek pačių šios srities mokslininkų, tiek veikalų) nėra daug, ir jie gana sunkiai prieinami plačiajai visuomenės auditorijai.

A. Tereškino monografija „*Kūno žymės: seksualumas, identitetas, erdvė Lietuvos kultūroje*“, mokslinis-mokomasis leidinys „*Vyrai, vyriškumo formos ir maskulinizmo politika šiuolaikinėje Lietuvoje*“; knyga „*Vieši gyvenimai, intymios erdvės: kūnas, viešumas, fantazija šiuolaikinėje Lietuvoje*“, tyrimai „*Socialinių lyčių stereotipų formavimas žiniasklaidoje*“ (rengė E. Macevičiūtė, M. Stonkienė, R. Matkevičienė), „*Dominuojantys lyčių modeliai šiuolaikinėje Lietuvos žiniasklaidoje*“ (rengė I. Nausėdienė, V. Beresnevičiūtė, R. Sadunišvili, G. Milašius); įvairūs nedidelės apimties moksliniai straipsniai (žr. *Bibliografijos sąrašas*); *Lygių galimybių plėtros centro tinklalapis*

² BIELINIS, Lauras. „Akvariumo“ principas televizijoje ir politikoje arba apie telegeniškai modifikuotą politiką. *Kultūros barai*, 2002, nr. 11.

³ Ten pat.

⁴ TOMLINSON, John. *Globalizacija ir kultūra*. Vilnius: Mintis, 2002.

⁵ MASLAUSKAITĖ, Aušra. Moterų ir vyrų santykiai 1990-2000 m. moterų spaudoje. *Feminizmas, visuomenė, kultūra*: straipsnių rinkinys, 2001.

publikacijų archyvas – tai bene visa pagrindinė literatūra, nagrinėjanti lyčių problematiką mūsų žiniasklaidoje.

Šiame darbe siekiama papildyti minėtų tyrimų nagrinėtą lyčių vaizdavimo žiniasklaidoje perspektyvą teorine medžiaga ir suproblemiti atotrūkį tarp sparčios (bei aktualios) feministinių idėjų plėtros ir stagnuojančios, stereotipais mintančios, juos reprodukuojančios praktikos (masinėje kultūroje, visuomeniniame gyvenime, žiniasklaidoje), atskleisti sudėtingą lyčių sistemos, visuomenės struktūros, masinės kultūros ir šiuolaikinės medijos sąveiką bei lyčių skirtumo pagrindu diferencijuotos televizijos (J. Fiske naudoja sąvoką *gendered television*) reiškinių.

Darbo objektas – lyčių raiška televizijoje.

Darbo tikslas – išanalizuoti lyčių raiškos būdus ir tendencijas televizijoje.

Darbo uždaviniai – išnagrinėti lyčių problematiką feminizmo teorijoje; apžvelgti vyraujančius lyčių stereotipus masinėje kultūroje; suskirstyti TV laidas ir (makro)žanrus lyčių skirtumo pagrindu; išnagrinėti laidų vedėjų kuriamas moteriškumo ir vyriškumo reikšmes; išanalizuoti lyčių vaizdavimo tendencijas humoristiniuose TV šou.

Metodai – loginės analizės ir sintezės, sisteminimo, lyginamasis, apžvalginis, kokybinės turinio analizės.

Hipotezė – lyčių pagrindu diferencijuota (*gendered*) televizija – liberalios normatyvinio vyriškumo ideologijos skleidėja ir proteguotoja.

Sąvokų apibrėžimai:

Homofobija – neracionali homoseksualių žmonių, jų gyvenimo būdo bei kultūros baimė arba elgesys ir veiksmai, pagrįsti socialiniais prietarais ar neapykanta vienalyčiams santykiams ir pasireiškiantys diskriminavimu dėl lytinės orientacijos.

Mizoginizmas (mizoginija) – liguista neapykanta moterims.

Normatyvas – tai, kas laikoma normaliu ir kas motyvuoja daugumą žmonių, lemia būdus, kuriais jie suvokia visuomenę bei savo vietą joje.

Queer – keistas, keistuoliškas, ekscentriškas. *Queer teorijoje*: lankstus, performatyvus, pasirenkamas seksualumas.

Seksizmas – ideologija, apimanti iš dalies išankstinį nusistatymą ir moteris diskriminuojančias praktikas bei savaime suprantamomis laikomas nuostatas apie „natūraliuosius“ moterų ir vyrų

skirtumus, kurie lemia jų skirtingą patyrimą. Jis yra sistemos, reprodukuojančios ir legitimuojančios lyčių nelygybę, varomoji jėga (*liberaliojo feminizmo diskurse*).

Seksualumas⁶ – sudėtinga sistema, veikianti pagal keletą žinojimo ir galios režimų konkrečioje kultūroje ir kalbanti apie kūną, fantazijas, ritualus, vaizdinius. Kad ir susijęs su kūnu, seksualumas pats savaime yra socialinė praktika, apibrėžianti socialinį pasaulį.

Skopofilija – viena iš seksualinio instinkto dalių, kuri, kaip ir stimulai, egzistuoja nepriklausomai nuo erogeninių kūno zonų. Tai malonumas, patiriamas regint kitą žmogų, kaip seksualinės stimuliacijos objektą – tai nebe asmuo, bet kontroliuojančiam ir smalsiam žvilgsniui paklūstantis malonumų šaltinis. Skopofilija randasi „vartojant“ kitą asmenį kaip seksualinės stimuliacijos objektą per žvelgimą.

Stereotipizacija (stereotipija)– stereotipų gamyba.

Subversija – nuvertimas; sunaikinimas.

⁶ FOUCAULT, Michel. *The History of Sexuality*. New York: Vintage Books, 1990, vol. 1, p. 105-106.

1. LYTIES IR SEKSUALUMO PROBLEMATIKA FEMINIZMO TEORIJOJE

Nors feminizmo, kaip organizuoto judėjimo Europoje ir Jungtinėse Amerikos Valstijose (toliau – JAV), ištakos siekia XIX a., tik praėjusio šimtmečio antroje pusėje feministinės minties idėjoms suteiktas deramas statusas akademinų studijų erdvėje. Pasak S. Daugirdaitės, „feminizmo teorija parodė, jog žmogaus lytis yra esminė kategorija, apibrėžianti žmogaus tapatumą“⁷. Iš tiesų, galima pagrįstai tvirtinti, jog šiandien daugelyje Europos ir JAV universitetų įsteigti aktyviai veikiantys moterų, vyrų ir/ar lyčių studijų centrai, sukurti įvairių tarpdisciplininių lyčių studijų programų ir vykdomų mokslinių tyrimų šioje srityje gausa liudija egzistuojančią ir giliai suvoktą lyties problematiką mūsų kultūroje, kuri neatsiejama nuo istorinės raidos ir filosofinės tradicijos.

Feminizmas kaip socialinis moterų išsilaisvinimo ir emancipacijos judėjimas, kilęs platesnių reformistinių XIX a. vidurio judėjimų, agrarinės ekonomikos pokyčių kontekste ir ypatingai paveiktas liberaliosios politinės filosofijos pasaulėžiūros, apimančios individo laisvės ir prigimtinių teisių, piliečio teisių bei pareigų sampratas, siekė konkrečių politinių tikslų – suteikti moterims lygias su vyrais teises balsuoti rinkimuose, turėti nuosavybę, užimti valstybines pareigas ir kt.

Simultaniškai gimusi ir sparčiai besivystanti feminizmo teorija žengė toliau. *Feminizmo teorija bendraja prasme* – tai apibendrinta idėjų apie socialinę patirtį sistema, išreikšta per moterišką perspektyvą (*women-centered perspective*). Viešajam diskursui iškėlusį abejonę dėl egzistuojančių lyčių modelių, sąlygotų Vakarų kultūrinėje tradicijoje įtvirtinto androcentriško pasaulio suvokimo, ji siekė „sugriauti visuomenėje įsigalėjusius mąstymo būdus, galios struktūras ir tradicinio mokslo tiesas“⁸. Feminizmo kritikos taikiniu tapo vyrų sukurtos ir vyrišką patirtį reprezentuojančios pažinimo teorijos, eliminavusios moteris iš viešojo politinio, socialinio, ekonominio gyvenimo ir nustūmusios jas į kolektyvinės sąmonės marginalizuojamą visuomenės paribį bei privačią namų sferą, kurioje joms paskirtas taip pat vyrų dominavimui subordinuotas vaidmuo. Todėl kita labai svarbi feminizmo idėja konstatuoja būtinybę moterims iš naujo apibrėžti savo vaidmenį gyvenime, per moterišką patirtį rekonstruoti savo specifinę istoriją ir kultūros tradicijas, pagaliau ieškoti „naujų teorinių paradigmu, pažinimo ir žinojimo sričių, leidžiančių suprasti lyčių santykius, subjektyvumą, lyčių skirtumą“⁹. Iki tol moterų patyrimas dažniausiai buvo interpretuojamas kaip „natūraliai“ sąlygotas ir nulemtas biologinių skirtumų, taigi nevertas mokslinio intereso.

⁷ DAUGIRDAITĖ, Solveiga. Pristatyta knyga apie vyrus ir vyriškumą. Iš *Universitas Vilnensis* [interaktyvus]. 2004, [nr.] 9 [žiūrėta 2006 m. balandžio 9 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.vilnensis.vu.lt/nr-43/index43.html>>.

⁸ REINGARDIENĖ, Jolanta. Lyčių santykiai. Iš *Sociologija*. Sud. V. Leonavičius. Kaunas: Vytauto Didžiojo universitetas, 2003. p. 120.

⁹ Ten pat, p. 128.

XX a. 8-ajame dešimtmetyje ėmė formuotis vyrų ir vyriškumo problemas analizuojančios maskulinizmo studijos, kurių atsiradimui lemiamos įtakos turėjo moterų išsilaisvinimo judėjimai kaip emancipacijos projektas, feminizmo teorinės išvalgos bei moterų studijų plėtra. Gėjų judėjimas Vakaruose, gėjų ir lesbiečių bei *queer* studijų atsiradimas, heteronormatyvumo kritika taip pat prisidėjo prie akademinės bendruomenės suvokimo, kad patriarchalinėje visuomenės struktūroje privilegijuojamas vyriškumas dėl to įgyja savų kompleksų, turi savų problemų ir vidinių prieštaravimų. Vyriškumo problematikos nematomumas lyčių studijų tyrinėjimų srityje kaip tik ir paskatino maskulinizmo atstovus skirti daugiau dėmesio vyriškų tapatybių ir vyriškumo ideologijos analizei bei ieškoti vyrų (vaidmenų) krizės, apie kurią tuo metu daug kalbama ir kuri grindžiama tuo, jog vyrai atrodo vis labiau pasimetę ir nebesuvokia, koks jų vaidmuo šiuolaikiniame pasaulyje, priešasčių.

1.1. Moters/vyro samprata tradicinėje Vakarų filosofijoje

Praėjusiame paragrafe minėta, kad feministinė teorija iškelė lytį kaip problematišką, o ne „natūralią“, savaime suvokiamą duotybę. Nepaisant jos neva nekvestionuojamo „natūralumo“, kaip filosofinės kategorijos (Vakarų filosofijoje) ar pagrindinio organizuojančiojo principo (visose senovinėse mitologinėse sistemose), lyties klausimas egzistavo visais laikais, įvairiais amžiais tai prislopinamas (Šviečiamasis amžius), tai suaktualinamas naujų mąstymo diskursų (ikisokratikų senovės Graikija, mūsų laikai). Netgi teigiama, kad lyčių skirtumas – ašinis filosofijos klausimas¹⁰.

Antikos požiūrį į individą ir visuomenę formavo nelygybės principas, kuris, anot Aristotelio, atitiko kosminę pasaulio sandarą (kai kurie dalykai skiriasi nuo gimimo – vieni linksta valdyti, kiti būti valdomi). Visuomenė paprastai buvo suprantama kaip vyriškos lyties piliečiai. Gimimas moterimi laikytas bausme. Žemesnę moters padėtį lėmė jos ribotas tinkamumas karinei tarnybai (kurį sąlygojo biologinis polinkis nėštumui), vėliau ji traktuota kaip mainų objektas, padedantis sudaryti naudingas vedybines sutartis¹¹.

Dar šviečiamajoje filosofijoje moterų ir vyrų skirtumams apibūdinti prigijo įvairios dichotomijos, kurių svarbiausios – *gamta/kultūra, kūnas/dvasia, šeima/darbas*. Gamta, kūnas, šeima siejami su moterimi ir moteriškumu, kultūra, dvasia, darbas – su vyru ir vyriškumu¹². Tokių binarinių opozicijų, konstruojančių priešingų dvejetų hierarchiją, yra ir daugiau: *riba/begalybė* (vyr./mot.), atitinkamai *šviesa/tamsa, protas/jausmas, aktyvumas/pasyvumas* ir kt. Vakarų mąstysenoje vyro

¹⁰ GRUODIS, Karla. Įvadas. Iš *Feminizmo ekskursai: Moters samprata nuo Antikos iki Postmodernizmo*. Antologija. Sud. K. Gruodis. Vilnius: Pradai, 1995, p. 12.

¹¹ *Europos mentaliteto istorija*. Sud. P. Dinzelbacher. Vilnius: Aidai, 1998, p. 1-3.

¹² LILJESTRÖM, Marianne. Lyčių sistema. *Sprendžiamieji žodžiai: 10 žingsnių feminizmo link*. Vilnius, 1998, p. 100.

įvaizdis siejamas su transcendentiniu dvasingumu ir priešpriešinamas nuodėmingam (seksualiam) kūnui, nuolat įgyjančiam moteriškumo prasmes.

Suomių feministė A. Koivunen, cituodama prancūzų literatūros bei kalbos tyrinėtoją H. Cixous, teigia, kad ši hierarchija įtvirtinusi vyriško/moteriško opoziciją, kurioje „vyriška (falas) iškeliamą į pirmą vietą, o moteriška (ne falas) – marginalizuojama, naikinama“¹³. Toks falocentriškumas žymi falą kaip esminio skirtumo ženklintoją (kūną ar lyčių žymėtoją), reiškiantį ir trūkumą, ir turėjimą – dėl jo moteriškumas tampa trūkumu, skirtumu. Pasak M. Liljeström, tokios mąstymo formos apibrėžia moterį vyrui, ontologiškai ji, pajungta heteroseksualiam lyčių reguliavimui, tarsi egzistuoja dėl vyrų, o vyrai tik atsitiktinai egzistuoja dėl jų, mat „jų likimas ir uždaviniai kaip visuomenės ir pasaulio kūrėjų nėra apibrėžti pirmiausia moterų atžvilgiu“¹⁴. Taigi moterims tenka antraeilis vaidmuo, moteris laikoma „žemesne būtybe“, silpnesne, apsiribojančia privačiąja sfera ir namų ūkiu, t.y. jos veikla nėra tokia reikšminga kaip vyriška.

Tai paaiškina iki XVIII a. vyravusi samprata, kad kūnai susiformavo iš vienos – vyriškos – struktūros, nes moteris joje ontologiškai neegzistavo. Pagal šią idėjinę sistemą, vienos lyties modelyje esantis žmogus yra vyras, o „moterų žmogiškumas paremtas tuo, kad ji yra kūniškai, anatomiškai nepilnavertis vyras“¹⁵. Tokį modelį išpažino ir Aristotelis, ir II a. pr. Kr. gyvenęs anatomas Galenas, kuris laikė moterį „tuščia kategorija“.

Prie dviejų lyčių modelio, anot T. Laqueur'o, pereita XVIII a., kai dėl anatomijos mokslo atradimų (išsiaiškinta, kad moters dauginimosi sistema funkcionuoja savitu, išskirtiniu būdu, todėl jos gimda negali būti „vidinis penis“ ir kt.) teko kurti *biologinę lytį*. Organai ir kūno struktūra, kuri buvo laikoma bendra, atskirti ir pavadinti kitaip. Šis modelis apibrėžė moterį kaip visiškai skirtingą nuo vyro ir net priešingą jam¹⁶. Įsigalint liberalizmui moterų lygių teisių priešininkai sumaniai pasinaudojo juo teigdami, kad moteris, iš esmės skirdamasi nuo vyrų, negali naudotis tokiomis pačiomis teisėmis kaip jie. Taigi *biologinė lytis* perėmė vyriškojo prado dominantę ir tik dar labiau ją įtvirtino falocentrišku mąstymu, kuris vėlgi moterį apibrėžė kaip vyro trūkumą, antraeilę lytį.

1.2. Lyčių santykių, jų lygybės ir skirtingumo suvokimo plėtra feminizmo raidos kontekste

Jei istorinėje atkarpoje tarp Antikos laikų ir feminizmo judėjimo pradžios funkcionuoja primityvūs vienos ir dviejų lyčių modeliai, aiškiai apibrėžiantys moterį vyrui (moteris – netobulas vyras; moteris – ne vyras/priešinga vyrui), tai XX a. susiformavusios įvairios feminizmo teorinės

¹³ KOIVUNEN, Ane. Priespauda. *Sprendžiamieji žodžiai: 10 žingsnių feminizmo link*. Vilnius, 1998.

¹⁴ LILJESTRÖM, Marianne. Lyčių sistema. *Sprendžiamieji žodžiai: 10 žingsnių feminizmo link*. Vilnius, 1998, p. 113.

¹⁵ Ten pat. p.103.

¹⁶ GRUODIS, Karla. Įvadas. Iš *Feminizmo ekskursai: Moters samprata nuo Antikos iki Postmodernizmo*. Antologija. Sud. K. Gruodis. Vilnius: Pradai, 1995, p. 18.

kryptys iškėlė daug prieštaringų idėjų, kokie turėtų būti lyčių santykiai, kokia yra jų prigimtis, kas apskritai yra lytis ir pan. Įtampa tarp lygybės ir skirtingumo lyčių santykiuose tampa svarbiausiu feministinės minties objektu¹⁷.

Kokios bebūtų „įtampos“ dėl skirtingų lyčių santykių traktavimo, šias feminizmo kryptis siejo bendrosios nuostatos – pasipriešinimas patriarchalinei santvarkai ir seksizmui, socialinės struktūrinės kaitos siekis, pastangos kurti teorinį modelį, kuris paaikšintų žemesnį moters socialinį statusą visuomenėje ir socialinę, politinę ir ekonominę diskriminaciją, sustiprinančią tą poziciją.

Siekiantiems šių tikslų feminizmo teorijos šalininkams pirmiausia reikėjo paneigti nuostatą, kad egzistuojantys lyčių skirtumai yra nulemti biologinių skirtumų. Feministinėje koncepcijoje įvedama lyties (*gender*) sąvoka siekiant atskleisti socialinę lyčių santykių prigimtį. Lytis apibrėžiama kaip vyriškumo ir moteriškumo kultūrinės reikšmės ir simboliai, įaugusi į mūsų kūnus ji išgyvenama kaip viena iš individo tapatybės formų¹⁸. Lyties kaip socialinės kategorijos struktūrą nulemia lyčių santykių ir kitų socialinių santykių, pvz., klasės ir rasės, sąveika.

Šioje amerikiečių antropologės G. Rubin pateiktoje *biologinės lyties* ir *socialinės lyties* (*sex/gender*) sistemoje „biologinis seksualumas“ įvardijamas kaip dauginimosi poreikis ir sugebėjimas, todėl ši sąvoka vartojama tik anatominiams ir fiziologiniams vyrų ir moterų skirtumams apibrėžti. Tuo tarpu *gender*, kaip lyčių identitetas, reiškia socialines, kultūrinės ir psichologines struktūras, sukurtas remiantis šiais biologiniais skirtumais. Lytis apima ir seksualinio potraukio orientaciją į priešingą lytį (*sex*), o tai individus daro ne tik vyrais ir moterimis, bet ir heteroseksualais.

Būtent pastarasis socialiniais vaidmenimis ir hierarchija įtvirtintas biologinis natūralizmas sulaukė didžiausios feministinio mąstymo kritikos. Feministinėje literatūroje į moters socialinius vaidmenis patriarchalinėje visuomenėje (kitais tariant, moteriškumą), anot M. A. Pavilionienės, buvo pažvelgta kaip į vaidmenis, „vyrų sureikšmintus tam, kad vyriškoji lytis galėtų išsaugoti savo dominavimą patriarchalinėje visuomenėje“¹⁹. J. Shapiro pritarė padalijimui tuo atveju, kai „darant analizę reikia išdėstyti priešingus biologinius ir kultūrinius faktus“²⁰. G. Rubin „grynos biologinės gimties transformavimosi į lytį“ sampratos problemišumą išvelgė ir J. Flax, kurios manymu, ši samprata atspindi S. Freudą, J. Lacano ir kitų veikaluose dominuojančią idėją, kad asmuo yra valdomas impulsų ir troškimų, kurie yra nekintantys ir būtinai asocialūs²¹. Taigi biologiniai lyčių skirtumai „nevaldomai“ perduodami socialinei lyties kategorijai, lytis tampa biologiškai determinuota.

¹⁷ REINGARDIENĖ, Jolanta. Lyčių santykiai. Iš *Sociologija*. Sud. V. Leonavičius. Kaunas: Vytauto Didžiojo universitetas, 2003. p. 124.

¹⁸ Ten pat. p. 120.

¹⁹ PAVILIONIENĖ, Marija Aušrinė. Nemoteriškumo baimė. *Feminizmas, visuomenė, kultūra*: straipsnių rinkinys, 2000.

²⁰ LILJESTRÖM, Marianne. Lyčių sistema. *Sprendžiamieji žodžiai: 10 žingsnių feminizmo link*. Vilnius, 1998, p.100.

²¹ FLAX, Jane. Postmodernizmas ir lyčių santykiai feministinėje teorijoje. Iš *Feminizmo ekskursai: Moters samprata nuo Antikos iki Postmodernizmo*. Antologija. Sud. K. Gruodis. Vilnius: Pradai, 1995. p. 471.

Liberalusis feminizmas, tiesiogiai kilęs iš liberaliosios politinės filosofijos, siekė iškovoti prigimtines ir pilietines teises moterims. Jis glaudžiai susijęs su organizuotais moterų judėjimais Europoje ir JAV: tiek pirmoji Moterų politinė asociacija (įkurta 1847 m. Anglijoje), kurios aktyvistės pramintos sufražistėmis (nuo žodžio *suffrage*, reiškiančio balsavimo teisę), tiek garsiojo Seneca Falls suvažiavimo JAV (įvykusio 1848 m.) dalyvės pasisakė už balsavimo ir nuosavybės teises, galimybę įgyti profesiją, dalyvauti komercijoje, jau tada piktinosi dvigubais moralės ir seksualumo standartais. Liberaliojo feminizmo diskurse diskriminacija suprantama kaip moterų ribotų vaidmenų ir lūkesčių socializacija: manoma, kad moterys diskriminuojamos nubrėžiant jų egzistencijai ir veiklai siauresnę sritį.

Dėl liberalaus lyčių lygybės diskurso ši teorinė feminizmo kryptis taip pat griežtai kritikuota, kadangi laikėsi nuostatos, jog reikšmingų skirtumų tarp lyčių nėra: moterims suteikus tokias pačias teises kaip ir vyrams lygiavertiškumas būtų lengvai pasiektas. Teigiama, kad toks požiūris tik konsoliduoja klasinę visuomenę ir sustiprina kapitalistines bei materialistines vertybes. Pasak K. Gruodis, čia glūdi tariamai universalių vertybių, struktūrų ir standartų, kurie istoriškai buvo sukurti būtent vyrų, pripažinimas.

Liberaliojo feminizmo siekiui integruoti moteris į vyrišką (vyrų sukurtą) simbolinę tvarką, anot J. Kristevos, pasipriešino radikalusis feminizmas. Kvestionavęs esmines liberaliojo feminizmo nuostatas, jis siekė nagrinėti pasaulį skirtingu, moters požiūriu, atskleisti jų unikalios patirties erdves ir moteriškojo pažinimo tradiciją, kuri buvo nuslopinta patriarchalinėje kultūroje. Tai papildytų „objektyviają kultūrą“ naujomis kultūrinio ir socialinio gyvenimo formomis.

Marksistinis feminizmas moterų eksploatacijos priešasčių ieškojo ne seksizmo ir patriarchalizmo ideologijoje, bet privatinėje nuosavybėje ir su ja susijusioje klasių sistemoje, kurias įtvirtino kapitalistinė visuomenė. Šios feminizmo krypties šalininkai laikėsi nuomonės, kad kiekvieno individo socialinė patirtis pirmiausia yra jo/jos socialinės klasės, o tik po to lyties atspindys; sureikšminamos ne diskriminuojamųjų pozicijos, o moteris eksploatuojančios struktūros – ekonominė sistema, socialinė klasė – bei jas palaikanti ideologija.

Šiandien feminizmo teorija reiškiasi postmoderniais diskursais, kuriuos naudoja postmoderni feministinė kryptis ir *queer* teorija.

Toks feministinis diskursas dar XX a. pirmoje pusėje atsirado moterų literatūroje. V. Woolf esė „*Savas kambarys*“ (1929 m.), išsiskiriančia savo postmodernia forma, dekonstruktyviu stiliumi (sąmonės srauto būdu) bei turiniu, pranašauja naujas moterų kūrybingumo, tapatumo ir žmonių santykių formas. Rašytojos įsitikinimu, moterys privalo būti finansiškai nepriklausomos (feministiniame diskurse svarbus *pasirinkimo* principas – teisė pasirinkti gyventi taip, kaip nori) ir turėti „savą kambarį“. 1949 m. išleista išsami S. de Beauvoir studija apie moterį „*Antroji lytis*“ – antrosios feminizmo bangos (7-ojo dešimtmečio pab.) simbolis. Knygoje nagrinėdama moters

įvaizdžius nuo moters madonos iki ištvirkėlės, ji „traktavo juos kaip „mitus“, kuriuos sukūrė vyrai, kad galėtų regėti moterį kaip objektyvuotą *kitą*, su kuriuo santykiaudami jie galėtų jaustis esą pranašesni“²².

Postmodernus feminizmas, naudodamas semiotikos, psichoanalizės, dekonstruktyvizmo ir kitas struktūralistines ir poststruktūralistines metodologijas, domisi platesniais lyčių skirtumais ir ieško naujų teorinių ir epistemologinių modelių, kurie padėtų iš naujo suvokti patį skirtingumą.

Queer teorijoje lytis ir seksualumas apibrėžiami kaip vaidinimas (*performance*): lytis čia traktuojama kaip kaiti socialinė konstrukcija, destabilizuojanti santykį tarp socialinės ir biologinės lyties, tarp kūno ir moteriškumo/vyriškumo konstrukto, todėl griauanti binarines lyčių opozicijas. Šiuolaikinei lyčių teorijai ypač svarbios J. Butler įžvalgos. Ji teigia, kad lyties skirtumai neturi biologinės ar psichinės prigimties ištakų, bet yra „atsitiktinių socialinių praktikų efektai“²³. Veiksmai, poelgiai, kūno stiliai apibrėžia tapatybes, ir stabilus vientisas subjektas neegzistuoja.

1.3. Lyčių sistema ir patriarchalinės tvarkos ideologija

Kiekviena visuomenė turi savo lyčių sistemą, kurioje „biologinis seksualumas“ (kaip dauginimosi poreikis ir sugebėjimas) keičiamas socialiniais santykiais. M. Liljeström *lyčių sistemas* apibūdina kaip nuolat kintančias socialines-simbolines konstrukcijas, kurios susiformuoja iš „daugybės visuomeninių, politinių, ekonomiškai ir jautimiškai ribotų santykių, kurie visi reguliuojami lytiniais santykiais“²⁴. Kitaip tariant, tai lyties politikos sistema, kuri glaudžiai susieja įvairias valdžios, socialines struktūras, institucijas ir individus su lytiškai ribota hierarchine dichotomija ir kuriai būdinga galios ir subordinacijos schema. Ji funkcionuoja kaip ideologija, kuri neo-marksizmo teoretiko L. Althusser supratimu „įsteigia“ konkrečius individus kaip asmenis formuodama jų tapatybės jausmą, todėl susijusi su tuo, kaip žmogus tampa subjektu. Skirtumas tik tas, kad lyčių sistema šiuos individus paverčia vyrais ir moterimis. Jos politika, K. Millett žodžiais, – tai procesas, kaip valdančioji lytis siekia išlaikyti savo galią pajungtosios lyties atžvilgiu.

Vakarietiškos kultūros, kurioje šį vaidmenį atlieka moteris, visa visuomenės struktūra plačiąja prasme yra pajungta dominuojančiai patriarchalinei ideologijai. *Patriarchatas* – tai pagrindinė ir pirminė galios ir moterų spaudos struktūra, kuri apibrėžia vyrų dominavimą moterų atžvilgiu kaip esminį socialinės organizacijos bruožą. H. Hartmann patriarchatą populiariai apibūdina kaip „vyrų

²² GRUODIS, Karla. Įvadas. Iš *Feminizmo ekskursai: Moters samprata nuo Antikos iki Postmodernizmo*. Antologija. Sud. K. Gruodis. Vilnius: Pradai, 1995, p. 33.

²³ TERESKINAS, Artūras. *Vyrai, vyriškumo formos ir maskulinizmo politika šiuolaikinėje Lietuvoje*. Vilnius: Vilniaus universiteto Lyčių studijų centras, 2004. p. 31.

²⁴ LILJESTRÖM, Marianne. *Lyčių sistema. Sprendžiamieji žodžiai: 10 žingsnių feminizmo link*. Vilnius, 1998, p.113.

socialinių santykių tinklą, turintį materialų pagrindą, savo hierarchija sutvirtinantį arba sukuriantį vyrų tarpusavio priklausomybę ir solidarumą²⁵. Materialus pagrindas – tai moterų darbo jėgą kontroliuojanti vyrų valdžia. Jo įvaizdis masinėje sąmonėje neretai turi neigiamą konotaciją – kaip prievartos prieš moteris sistema, kuri vykdo kontrolę ir demonstruoja galią ne tik per fizinį, emocinį ar seksualinį žiaurumą, bet gali būti paslėpta labai kompleksiškos išnaudojimo ir kontrolės praktikose: mados ir grožio standartuose, motinystės idealuose, monogamijoje ir heteroseksualume²⁶.

Kai „natūralius“ lyčių skirtumus įprasminantis heteroseksualumas įgyja prigimties statusą, natūralizuojama ir pati lyčių sistema. Šioje sistemoje patriarchatas glaudžiai sąveikauja ir yra neatsiejamas nuo kapitalizmo struktūros. Kapitalizmo ekonominės gamybos sistema atskyrė viešąją (kurioje vyksta prekių gamyba ir vartojimas) ir privačiąją arba namų ūkio (kuriame moters darbas nelaikomas „tikru“, nes neturi piniginės vertės) sferas. F. Engelso *viešumo/privatumo sferų santykio teorijoje* darbo pasidalijimas pagal lytį šeimoje stabilizuoja kapitalistinę sistemą, taigi – ir patriarchalinę visuomenės struktūrą. Ši ideologizuota dichotomija – kas vieša vyrams, kas privatu moterims – bei kitos priešstatos, biologizuojančios lyčių skirtumus, kyla iš binarinio socialinio pasaulio padalijimo į privilegijuotas ir neprivilegijuotas socialinės lyties ir seksualumo kategorijas, kurių skirstymą taip pat palaiko heteroseksualus lyčių reguliavimas, seksizmo ideologija, valstybės reprodukcinės praktikos. Tai sukuria valdžios santykius tarp lyčių.

Viena iš radikalusių feminizmo idėjų – *viešo/privataus diskurso* koncepcija, siūlanti atverti „privačią“ sferą viešai intervencijai, – išreiškia dvejopą moterų ir valstybės santykį. Jis gali būti engiantis maskulinistinės ideologijos požiūriu (viešojoje sferoje esantys pagrindiniai galios šaltiniai turi išlikti vyrų rankose), bet kartu ir išlaisvinantis (privačios sferos kontrolė teisinėmis priemonėmis gali sumažinti prievartos šeimoje riziką). Idėjos radikalumą sąlygoja tai, kad siekis panaikinti distinkciją tarp viešo ir privataus gali pareikalauti visuomenės politinės struktūros kaitos.

Tai, kad viešojoje erdvėje privilegijuojama vyriška saviraiška ir dalyvavimas, iliustruoja vokiečių filosofo J. Habermas sukurta *viešumo struktūrinės transformacijos teorija* (*The Structural Transformation of the Public Sphere*), apibrėžianti žiniasklaidos santykius su valstybe, demokratija bei pilietine visuomene. Jo pateikta idealaus arba buržuazinio viešumo samprata turi tris pagrindines savybes:

- *viešumo maksimali apimtis* – paties didžiausio (įmanomo) piliečių skaičiaus dalyvavimas dideliame forume ar idėjų rinkoje;
- *viešumo efektyvumas* – forumo sprendimų ar rinkoje vyraujančių idėjų akivaizdus poveikis realiai valdžios politikai;

²⁵ Ten pat. p. 97.

²⁶ REINGARDIENĖ, Jolanta. Lyčių santykiai. Iš *Sociologija*. Sud. V. Leonavičius. Kaunas: Vytauto Didžiojo universitetas, 2003. p. 125.

- *viešumo konstruktyvumas* – diskusijos turi būti kiek įmanoma racionalesnės, jų metu išsakyta kuo daugiau įvairių požiūrių ir pateikta argumentų/kontrargumentų.

Idealus modelis, nuo kurio, anot J. Habermas, šiuolaikinė žiniasklaida vis labiau tolsta ir veikia *atstovaujamojo* viešumo principu, sulaukė kritikų pastabos dėl diskriminuojančio jo „abejingumo“ moterims, vargšams, įvairių kitų mažumų bei marginalinėms grupėms – jie nebuvo įsileidžiami į buržuazinio viešumo forumą, taip pat trukdoma atsirasti alternatyvioms jam kito viešumo formoms. Antra vertus, J. Habermas viešumo sampratoje ypač akcentuojama viešumo savybė „neslaptumas“, reiškiantis viešojo diskurso prieinamumą absoliučiai visiems²⁷.

1.4. Lyties tapatumo politika ir postmodernus feministinis diskursas

Kiekviena lytis visuomenėje egzistuojančių diskursų apie lytinius skirtumus susiejama su tam tikrais neva nesikeičiančiais lyties bruožais. Postmodernus feminizmas ir *queer* teorija atskleidė visiškai naują ir drąsų požiūrį į lytį ir seksualumą siekdami dekonstruoti fiksuotas lyčių ir seksualumo opozicijas bei į Vakarų kultūrinę erdvę „įsileisti“ įvairias kitas moteriškumo ir vyriškumo formas. Neigdamas moters ir vyro kategorijų universalumą postmodernus feministinis diskursas laisvai interpretuoja lyties ir seksualumo, kaip kintančių ir fluidiškų kategorijų, ribas, demonstruoja jų simbolizmą žiniasklaidoje ir masinėje kultūroje. Šios tampa *queer* kūnų, seksualumų ir lyčių reikšmių kūrėjomis.

Postmoderni feminizmo teorijos kryptis pasirenka nuolatinio normalumo (tai, kas daugumai priimta manyti esant natūralu ir normalu kiekvienai lyčiai) kvestionavimo strategiją, o *queer* teorija skiria daug dėmesio lyties ir seksualumo vaizdavimo perspektyvoms kasdieniniame gyvenime. Jame, naudodami savo kūnus, kalbą, elgseną, žvilgsnį, nuolat kuriame ir perkuriame tapatybės ir savasties formas. Pasak J. Butler, lytis kaip vaidinimas ar maskaradas (*performance*) pabrėžia moteriško ar vyriško „aš“ iliuziją. Kūnas vis labiau suvokiamas kaip asmeninio ir socialinio identiteto simbolis. *Queer* kūnas gali būti tuo pačiu ir vyriškas, ir moteriškas – į viešą diskursą įvedama biseksualumo kategorija, kuri griaua heteroseksualumo-homoseksualumo dichotomiją. Galimybė sąmoningai kurstyti lyčių „neapibrėžtumą“ atveria kelią socialinės kaitos galimybei.

Kol moterys nesiėmė rašyti pačios apie save, moteris Vakarų filosofijos istoriniame kontekste buvo apskritai laikoma *objektu* – amžinai *kitas*, kaip apibūdino S. de Beauvoir. Bene pirmąkart moters-subjekto požiūris taip aiškiai (ir viešai) išreikštas XV a. rašytojos C. de Pisan kūryboje. Ji pabrėžia, kad moterims būtina sukurti kultūrinę (o gal ir fizinę) erdvę, kurioje jos galėtų laisvai ugdyti savo

²⁷ PETERS, John D. Distrust of representation: Habermas on the public sphere. *Media, Culture and Society*, 1993, vol. 15, p. 541-571.

tapatumą ir kūrybingumą. Feminizmo etika taip pat priešinasi moters nustūmimui į antraeilę objekto padėtį, kuri atima galimybę visapusiškai patirti savastį.

Suabejojusi moderniąja objektyvia tiesa, savojo „aš“ ir pažangos samprata postmoderni feministinė teorija dar labiau suproblemina subjektiškumo idėją. Jei lytis yra performatyvi ir apibūdinama kaip reprezentacijos konstravimo procesas, kuriame žmogiškasis „aš“ suvokiamas kaip besikeičiantis ir fragmentuotas subjektyvumo efektas, kur yra subjekto tapatybės centras, ir ar jis reikalingas?

Moterų marginalizavimas bei izoliavimas buvo ikimodernių ir modernių visuomenių tam tikro struktūravimosi bei funkcionavimo prielaida. J. Butler teigimu, jose vyravusi Vakarų *subjekto filosofija* rėmėsi išskirtinai vyriška patirtimi, todėl siekiant patirti moterišką savastį (ar užpildyti subjekto kategoriją objektifikuotu, lytiškai neutraliu turiniu), reikėtų atsisakyti prisirišimo prie bet kokių subjekto sąvokos reikšmių. Ji turi būti atvira nuolatinei dekonstrukcijai, nes „subjektas nėra nei pagrindas, nei produktas, bet nuolatinis resignifikavimo procesas, kurį kiti valdžios mechanizmai aplenkia arba stabdo, tačiau kuris yra pačios valdžios reorganizavimo galimybė“²⁸. Socialinės kritikos šalininkai tokį požiūrį vadina *subjekto mirties* idėja (kuri ištirpdo subjektą „simboliniuose santykiuose“ ir paverčia jį „kalbine pozicija“) patys pasisakydami už subjekto sampratos, kaip tokios, reikalingumą išsaugant jo svarbiausius bruožus: savirefleksiją, racionalumą, autonomiją. Tai subjektą rekonstruojanti idėja. Jungdama šias dvi koncepcijas amerikiečių tyrinėtoja T. de Lauretis įveda *feministinio subjekto*, kuriam būdinga savikritinė refleksija, kategoriją: „Nors ir suvokdama savo materialų ir istorinį sąlygotumą, ši *subjektė* abstrahuojasi nuo jo žinodama, jog ji nesutampa su tuo, kas reprezentuojama, išsitapatindama iš kultūroje vyraujančių modelių“. Atsisakydama „realaus“ vaidmens ji pasitarukia iš gyvenamos terpės į savo „blaivios refleksijos šviesą“²⁹. Ši *feministinio subjekto* kaip „įsiterpusio tarp“ pozicija neišsprendė ir šiandien tarp socialinės kritikos ir postmoderniosios kritikos – dviejų akademinėse moterų studijose vyraujančių teorinių paradigmu – besitęsiančios diskusijos.

²⁸ DROBLYTĖ, Patricija. Lyties tapatybės problema feminizmo teorijoje: tarp postmodernizmo ir socialinės kritikos. Iš *Moterys: tapatumo paieškos*: Straipsnių rinkinys. Vilnius: Lietuvos filosofijos ir sociologijos institutas, 1999. p. 28.

²⁹ Ten pat. p. 32.

2. MOTERIŠKUMO IR VYRIŠKUMO REPREZENTACIJOS KODAI MASINĖJE KULTŪROJE IR ŽINIASKLAIDOJE

„Vyriškumas – tai tiesos grožis, moteriškumas – tai grožio tiesa...“

rašytojas S. Bulgakovas

„Moteris – tai jausmo pergalė prieš protą, o vyras – proto pergalė prieš dorovę...“

rašytojas O. Vaidas

Žiniasklaida reikšminga tuo, kad ne tik atspindi, bet ir konstruoja socialinę tikrovę, turi galimybę „peržengti pačią tikrovę, t.y. sukonstruoti objektyvuotą, sudaiktintą vaizdinį, kuris įgyja naujų savitų savybių ir formuoja atsakomąjį poveikį auditorijai³⁰“. Ji gali dėlioti įvykių, faktų, aktualijų ir nuomonių mozaiką, gali sąmoningai ir nesąmoningai sėkmingai skleisti, palaikyti ir įtvirtinti nugludintas kasdienės sąmonės sukonstruotas stereotipines nuostatas bei nuomones. Todėl aktuali tampa tam tikrų stereotipų sklaida. Kaip ir dauguma teoretikų, teigiančių, kad stereotipai pateikia supaprastintus, apibendrintus bei šališkus socialinės tikrovės vaizdinius ir sampratas, be kurių būtų sunku orientuotis ir veikti socialinėje tikrovėje, L. Bielinis pripažįsta, kad televizija tampa „savotišku unifikavimo agentu, visiems bendrų nuostatų, simbolių, stereotipų diegėja“, nors mano, kad daugelis stereotipų yra sukurti „ne tiek sąmoningomis autorių ar autorių kolektyvo pastangomis, kiek susiformuoja, išsiskiria iš bendro fono kaip tam tikri konvencionalumai, netikėti net patiems televizijos strategams“³¹.

Darbo įvade minėta, kad moteriškumas ir vyriškumas kaip kultūriniai produktai yra kartu vaizdavimo (reprezentacijos) procesas, aktyviausiai pasireiškiantis žiniasklaidoje. Juos apibrėžia kultūriškai atpažįstami veiksmai, kuriuos gali atlikti individai nepaisant jų biologinio kūno. Atskyrus jį nuo lytį nurodančių kategorijų, moteriškumas/vyriškumas atsiskleidžia kaip socialiniai konstruktai, kurie nėra statiškos ir nekintamos tapatybės³².

Antra vertus, per socializacijos procesą ir jos perteikėjus (žiniasklaidą, šeimą, mokyklą) kuriami normatyviniai moteriškumo/vyriškumo standartai, kuriuos visuomenės nariai įgyvendina atlikdami tam tikrus socialinius lyčių vaidmenis.

³⁰ Moters ir vyro įvaizdžiai bei santykiai spaudoje. Iš *Lyčių lygybės aspektas* [interaktyvus]. Vilnius, 2003. p. [6] [žiūrėta 2006 m. balandžio 19 d.]. Prieiga per internetą:

<http://www.lygus.lt/gm/admin/files/TyrimoAtaskaitaLytySuTuriniu.doc>

³¹ BIELINIS, Lauras. „Akvariumo“ principas televizijoje ir politikoje arba apie telegeniškai modifikuotą politiką. *Kultūros barai*, 2002, nr. 11.

³² TEREŠKINAS, Artūras. *Vyrai, vyriškumo formos ir maskulinizmo politika šiuolaikinėje Lietuvoje*. Vilnius: Vilniaus universiteto Lyčių studijų centras, 2004. p. 13.

2.1. Lyčių vaidmenys ir socializacija

Lytis ir kultūra yra žmonijos kūrinys. Kiekvieno individo seksualiniai jausmai, fantazijos, troškimai yra nuolatinėje akistatoje su lyčių normomis ir lūkesčiais. Tokie reiškiniai – socialinis lyties konstravimas. Jis bet kuriam individui prasideda jo/jos priskyrimu tam tikrai gimties (*sex*) kategorijai priklausomai nuo fiziologinių charakteristikų. Biologinės gimties kategorija tampa lyties statusu suteikiant kūdikiui vardą.

Visuomenėje dominuojančius diskursus, kai lyčių skirtumai priimami kaip natūralūs, ir kiekviena lytis susiejama su tam tikrais neva nesikeičiančiais lyties bruožais, palaiko *socializacijos* procesas, kurio metu žmogus mokosi tam tikrų elgesio visuomenėje modelių. Tas pats pasakytina ir apie lyčių vaidmenų socializaciją, kurios metu mokomės to, kas yra socialiai priimtina moterims ir vyrams. Kitaip tariant, lyties vaidmenų, susijusių su mūsų biologine lytimi, išmokstame per santykį su socialinėmis struktūromis³³. Kaip teigia T. Szirom, spalvos priskyrimas dar negimus vaikui, bet žinant jo lytį (rožinė spalva – mergaitei, žydra – berniukui) – jau socializacijos pradžia, atskaitinis ilgo ir lėto proceso, kurio metu mergaitės yra mokomos būti pasyviomis, priklausomomis ir paklusniomis, o berniukai auklėjami būti aktyviais, nepriklausomais ir dominuojančiais, taškas³⁴.

Mokykla, tėvai, bendraamžiai, žiniasklaida kuria ir reprezentuoja normatyvinius lyčių scenarijus šeimoje, darbo rinkoje ir intymiausiose mūsų patirtyse. Apskritai, socialinė aplinka, kurioje vaikas auga, beveik visose srityse diferencijuota lyties atžvilgiu, todėl vaiko perimami jo aplinkai būdingi požiūriai ir vertybės tampa jo paties nuomone, vertybėmis ir nuostatomis. Pasak sociologų P. L. Berger'o ir T. Luckmann'o, „biologiniai faktoriai riboja kiekvieno individo socialines galimybes, bet socialinis pasaulis, kuris egzistuoja iki individo, savo ruožtu suvaržo biologines organizmo galimybes“³⁵. Taigi šią dialektiką įkūnija *abipusiai* organizmo ir visuomenės suvaržymai. Šiandien lyčių vaidmenų teorija (taikyta praėjusio amžiaus aštunto ir devinto dešimtmečių moksliniuose darbuose) kritikuojama kaip labai ribota, pateikianti tik statišką, vienalybę lytinės socializacijos vaizdą, kurioje lyčių santykiai ir struktūros buvo analizuojamos laikantis stereotipinių asmenybės apibrėžimų ir lūkesčių, skirtinga vyrų ir moterų elgsena aiškinama skirtingais socialiniais reikalavimais ir sampratomis.

2.2. Moteriškumo/vyriškumo heteronormatyviniai idealai ir naujos formos

Hegemoninis (arba norminis/normatyvinis) vyriškumas apibrėžiamas kaip tam tikros vyriškumo versijos socialinis įsitvirtinimas, kai tas vyriškumas veikia kaip savotiškas *sveikas protas*

³³ Ten pat. p. 10.

³⁴ SZIROM, Tricia. *Teaching Gender ? : Sex Education and Sexual Stereotypes*. Australia: Allen&Unwin, 1988.

³⁵ BERGER, Peter L.; ir LUCKMANN, Thomas. *Socialinis tikrovės konstravimas*. Vilnius: Pradai, 1999.

(*common sense*) ir konvencinė moralė, nusakanti tai, ką reiškia būti vyru³⁶. Visuomenėje toks vyriškumo modelis yra labiausiai vertinamas ir privilegijuodamas, tarsi idealų tipą jį įkūnija „populiarūs herojai, fantazijos figūros ir sektini vyriškumo pavyzdžiai“³⁷. Hegemoninį vyriškumą reprezentuoja tokios savybės kaip heteroseksualumas, ekonominė nepriklausomybė, gebėjimas išlaikyti savo šeimą, fizinė galia, buvimas racionaliu, žeidžiančių emocijų užslopinimas, moterų bei kitų vyrų dominavimas, dėmesys seksualinėms „pergalėms“ ir svarbiausia nedarymas to, kas suvokiama kaip moteriška³⁸.

Normatyvinis vyriškumas, kaip ideologinė konstrukcija, tarnaujanti materialiniams dominuojančių vyrų grupių interesams, siekia apibrėžti save santykiu su moterimis (vyriška tai, kas ne moteriška) ir marginalinėmis bei subordinuotomis vyriškumo formomis. Esminiu žmogiškos prigimties bruožu laikomas heteroseksualumas, kaip pabrėžia A. Tereškinas, tapo būtina vyriškumo konotacija³⁹. Tai paaiškina ir pačioje hegemoninio vyriškumo šerdyje glūdinti homofobija.

Vyriškumas iškyla kaip socialiai konstruojamas vaidinimas ir yra išgyvenamas per visuomenėje priimtus „išvaizdos, elgesio, laikysenos standartus, populiarius įvaizdžius, figūras, sutinkamus kasdienybėje ar cirkuliuojančius masinės komunikacijos priemonėse“⁴⁰. Taip vyksta normalizacijos procesas, kuris, anot prancūzų teoretiko M. Foucault, yra ne svetimos valios primetimas kitiems, bet statiškai įsivaizduojamos normos paskleidimas ir išplitinimas.

Moteriškumas paprastai apibūdinamas santykyje su vyriškumo norma – jis vyrų įsivaizduojamas kaip vyriškumo priešprieša, tai, kas nėra vyriška ar likę, atitolę nuo normatyvinio vyriškumo. Būti „moteriška“ reiškia vengti visų savybių ir praktikų, kurios gali funkcionuoti kaip vyriškumo ženklai. „Tipiškos“ moterys atitinka „moteriškos moters“ įvaizdį: graži, seksuali, prisitaikanti prie vyro, altruistiškai atliekanti visus jai priskirtus dukters, žmonos, meilužės, motinos ir senelės vaidmenis ir pan.

Reikia pabrėžti, kad vykstant politiniams, ekonominiams, kultūriniais pokyčiams visuomenėje, heteronormatyviniai moteriškumo ir vyriškumo idealai taip pat keičiasi – štai kodėl istoriškai socialinėje tikrovėje dominuojant vyriškajam pradui buvo išsigąsta feminizmo ideologijos. Argumentuota, neva feminizmas pavojingas, nes siekia nuslopinti „natūralų“ lyčių skirtumą, kuris ir lemia moterų žavesį. Moterys yra moteriškos arba jautrios, jausmingos ir nuolankios, o vyrai – aktyvūs, stiprūs ir protingi. Jei bus išsižadėti šie gamtos tvarką atitinkantys vaidmenys, moterys būtinai

³⁶ TEREŠKINAS, Artūras. „Vyriška“ televizija: žanrai, galios, pornografizmai. *Lyty, medijos, masinė kultūra: Vilniaus dailės akademijos darbai*. Vilnius, 2005, t. 37, p. 95.

³⁷ TEREŠKINAS, Artūras. *Vyrai, vyriškumo formos ir maskulinizmo politika šiuolaikinėje Lietuvoje*. Vilnius: Vilniaus universiteto Lyčių studijų centras, 2004. p. 15.

³⁸ Ten pat. p. 15.

³⁹ Ten pat. p. 29.

⁴⁰ TEREŠKINAS, Artūras. Kaip dėvėti savo kūną: vyriškumo normos šiuolaikinės Lietuvos masinės komunikacijos priemonėse. Iš TEREŠKINAS, Artūras. *Kūno žymės: seksualumas, identitetas, erdvė Lietuvos kultūroje*. Vilnius: Baltos lankos, 2001, p. 94.

neteks savo moteriškumo ir ims panėšėti į vyrus, kas panaikins tarp lyčių esančią seksualinę įtampą ir seksualinį interesą. Tai reiškia, kad iškyla pavojus heteroseksualiai sąjungai, tradiciniam šeimos modeliui – ir apskritai visuomeninei struktūrai. Analogišką patriarchalinį mąstymą demonstruoja filosofas A. Šliogeris, išreiškęs nuomonę, kad „dabartinėje visuomenėje vyksta moters naikinimas“: „Ji priverčiama tapti vis panašesnė į vyrą. [...] Panašėja ne tik išorė – nusitrina riba tarp vyrų ir moterų socialinių funkcijų. Moterys dirba vyriškus darbus, reikalaujančius sunkios fizinės ar intelektualinės įtampos. Bet atsidavimas profesijai sugriauna moters moteriškumą! Tik vyrų subobėjimas kaltas, kad jie leidžia moterims užsiimti politine ar intensyvia intelektualine veikla, patys nusikratydami šios naštos“⁴¹.

A. Tereškinas pabrėžia, kad nepaisant to, jog vyrai kultūroje ir visuomenėje ilgą laiką buvo kultūriškai konstruojami itin stereotipiniais ir ribotais būdais, vyriškumas nėra stabilus, vienareikšmė ar vientisa sąvoka, priskiriama tik vyrams ir neatsiejama nuo jų biologinio kūno⁴². Masinėje kultūroje egzistuoja daug vyriškumo versijų, lyčių kategorijos esti gana aptakios ir kaičios: žiniasklaidoje daugėja „netradicinių“, „minkštų“, „feminizuotų“ vyrų ir „vyriškų“ moterų vaizdinių, kurie rekonstruoja hegemoninį vyriškumą. Jis tampa susifragmentavęs, dinamiškas, negriežtai reglamentuojamas, tačiau tokia jo tolerantiška pozicija subordinuotų lytiškumo formų atžvilgiu yra daugiau deklaratyvi: nuolat perrašydamas save specifiniais vyriškumo įvaizdžiais ir strategijomis jis geba juos sugerti ir nutildyti. Cituojant A. Tereškina, „normatyvinis vyriškumas keičiasi siekdamas išlikti normatyviniu“⁴³.

2.2.1. Kūno ir seksualumo vaizdiniai

Visa viešoji postmoderni kultūrinė erdvė šiandien perpildyta vyrų, moterų, belyčių kūnų ir seksualumo vaizdiniais, kurie individo maloniai, su pasitenkinimu vartojami. Būtent vartojimo kultūra ir visuomenės hedonistiniai poreikiai yra performatyvių tapatumų paženklintų kūnų įvaizdžių gamybos konvejeris. Lyčių vaizdavimo perspektyvoje kūnai tarsi tampa reprezentuojamų subjektų tapatybės centrais. Pasak A. Žukauskaitės, kūnas (kaip apibendrinanti kategorija) patenka į galios efektų tinklą per technologijas ir tampa stimuliuojančiais vaizdiniais televizijos ekrane⁴⁴. Vizualinė erdvė prisodrinta seksualiniais stimulais ir subversyviomis kūniškumo formomis.

⁴¹ TRINKŪNIENĖ, Inija; ir TRINKŪNAS, Jonas. Patriarchalizmo apraiškos lietuviškoje tradicijoje. Iš *Moterys: tapatumo paieškos*: Straipsnių rinkinys. Vilnius: Lietuvos filosofijos ir sociologijos institutas, 1999. p. 44-45.

⁴² TEREŠKINAS, Artūras. *Vyrai, vyriškumo formos ir maskulinizmo politika šiuolaikinėje Lietuvoje*. Vilnius: Vilniaus universiteto Lyčių studijų centras, 2004. p. 12-13.

⁴³ TEREŠKINAS, Artūras. Kaip dėvėti savo kūną: vyriškumo normos šiuolaikinės Lietuvos masinės komunikacijos priemonėse. Iš TEREŠKINAS, Artūras. *Kūno žymės: seksualumas, identitetas, erdvė Lietuvos kultūroje*. Vilnius: Baltos lankos, 2001, p. 104.

⁴⁴ ŽUKAUSKAITĖ, Audronė. Kūnas ir technologijos. *Lytys, medijos, masinė kultūra*: Vilniaus dailės akademijos darbai. Vilnius: Vilniaus dailės akademijos leidykla, 2005, t. 37, p. 32.

Reklamoje, kurioje moters ir vyro vaizdiniai pasitelkiami kaip pagrindiniai reklaminės strategijos komponentai, remiamasi visuomenei būdingu (stereotipiniu) įsivaizdavimu apie jų elgesį: čia moters lytiškumas tapatinamas su seksualumu, kurį inspiruoja vyriškos fantazijos. C. MacKinnon požiūriu, moters seksualumas gali būti aiškinamas kaip vyrų dominavimo išraiška, ir tai patiriama per socializacijos procesą, kurio metu moterys ima tapatinti save su seksualinėmis būtybėmis, egzistuojančiomis vyrams⁴⁵. Moters kūnas tampa reginiu ir reprezentuojamas kaip pasyvi žaliava aktyviam vyro žvilgsniui. J. Caputi subversyvaus moters kūno sureikšminimui apibūdinti naudoja *kasdienės pornografijos* terminą, kuris reiškia ne tiesmukišką lytinių aktų, kūno dalių pateikimą, bet vaizdavimo kodus, susietus su išnaudojimo, sudaiktinimo, niekinimo, moters kūno baimės ir neapykantos temomis⁴⁶.

Vienas labiausiai paplitusių vaizdinių kodų yra pagrįstas „natūralios“ lyčių hierarchijos įtvirtinimu. Fizinę jėgą, galią, racionalumą ir kontrolę įprasminantis vyriškumas modeliuojamas kaip priešprieša pasyviai nuolankiam, jausmingam, geidulingam ar sudaiktintam moteriškumui⁴⁷. Vyriškos ir moteriškos tapatybės konstruojamos remiantis lyčių nelygybės nuostatomis, kur dominavimas, pavaldumas, prievarta, nužmoginimas, sudaiktinimas funkcionuoja kaip erotinės stimuliacijos veiksniai.

Seksualumas yra formuojamas kaip erotiška dominavimo ir pavaldumo išraiška. Šis santykis moterį paverčia nebyliu sekso objektu, bežade figūra, subordinuoto *kito* tylėjimu, kurį nuolat seka ir normalizuoja pornografizuojantis vyro žvilgsnis⁴⁸. Taigi seksualumo kodai vizualiniame diskurse moterį apibrėžia kaip aktyviam vyro troškimui subordinuotą objektą, vyrui suteikiama privilegijuota žvilgsnio subjekto padėtis.

B. Cope į moters sudaiktinimą kaip fetišizuojamą prekę žvelgia platesniame – populiariosios kultūros, vartotojiškos visuomenės ir kapitalizmo – kontekste. Jis teigia, kad populiariojoje kultūroje skirtis tarp produkcijos ir geismo yra labiausiai miglota, geismas ir gamyba – neatsiejami. Kapitalizmas išlaisvina į nieką nenukreiptus geismo srautus, kuriuos visuomenei reikia kontroliuoti – tai veda į moterų diskriminaciją, netoleranciją, smurtą ir kt⁴⁹.

⁴⁵ FLAX, Jane. Postmodernizmas ir lyčių santykiai feministinėje teorijoje. Iš *Feminizmo ekskursai: Moters samprata nuo Antikos iki Postmodernizmo*. Antologija. Sud. K. Gruodis. Vilnius: Pradai, 1995, p. 482.

⁴⁶ JANKAUSKAITĖ, Margarita. Moterų (ne)reprezentacija masinės kultūros vaizdiniuose. *Sociologija. Mintis ir veiksmas*, 2004, nr. 3 [teminis], p. 53.

⁴⁷ Ten pat. p. 54.

⁴⁸ TEREŠKINAS, Artūras. „Vyriška“ televizija: žanrai, galios, pornografizmai. *Lytys, medijos, masinė kultūra: Vilniaus dailės akademijos darbai*. Vilnius, 2005, t. 37, p. 112.

⁴⁹ COPE, Benjamin. Lytis ir populiarioji kultūra kartu su Deleuze' u ir Guattari. *Lytys, medijos, masinė kultūra: Vilniaus dailės akademijos darbai*. Vilnius, 2005, t. 37, p. 42-45.

Pabrėžtinai seksualinę išraišką šiuolaikinėje kultūroje taip pat įgyja smurto ir prievartos tema. Ginklai, remiantis S. Freudo psichoanalizės teorija, įgyja falinių reikšmių atspalvius: mašinos, raketos vyrą apibrėžia ne tik kaip karinės, bet ir seksualinės galios subjektą⁵⁰.

Sporte, oponuojančiame moteriškam diskursui, – grožio ir mados industrijai – įprasminamas „tikrasis“ vyriškumas, kuriam priskiriamos tokios savybės kaip veržlumas ir sugebėjimas konkuruoti, valia, savitvarda ir savikontrolė, motyvuota agresija, strateginis mąstymas, finansinė sėkmė, ištvermė. Nors čia vyro kūnas tampa žvilgsnio objektu, siekdamas apsaugoti save nuo nepageidautinų feminizacijos ar homoseksualumo prasių, vyriškas subjektas nuolatos siekia sudaiktinti moterį bei paversti ją mainų objektu, kad galėtų susigrąžinti tikėjimą savo jėga ir galia.

Pasak A. Tereškino, viešojoje erdvėje išryškėja dvi vyro kūno kaip objekto vaizdavimo tendencijos. Viena pabrėžia jį kaip pasyvų aistros objektą (flirtavimas su savo tariama moteriška puse nurodo į tam tikrą vyro kūno feminizaciją), kita vyrą pristato kaip aktyvų fatališką subjektą, kurio kūnui būdingi herojiški, supervyriški bruožai⁵¹. Panašus *macho-kiborgo (kūno-mašinos)* įvaizdis, tik išlaisvintas nuo bet kokio žmogiško kūniškumo, sutinkamas kitų teoretikų darbuose: D. Harraway toki kūną vadina *kiborgu*, prancūzų filosofai G. Deleuze ir F. Guattari sukuria *kūno be organų* sampratą, priartinančią jį prie kitų kūnų ir esinių. Technokūnai, nežmogiški (*posthuman*) kūnai (sergantys, infekuoti, gėjų, transvestitų) – tai kūnai, neatitinkantys „reprezentuoto gyvenimo“ kategorijos, neturintys vietos viešojoje erdvėje⁵². Biopolitika, kaip populiariosios kultūros ir šiuolaikinių medijų funkcionavimo išdava, panaikina ribą tarp viešojo politinio ir privataus kūniškojo gyvenimų. Šioje vientisoje erdvėje kaip suprojektuoti vaizdiniai veikiantys kūnai neturi giminės (*post-gender*), seksualinės tapatybės, naikina klasikinės patriarchalines distinkcijas: žmogus/mašina, gamta/kultūra, vyras/moteris. Jiems būdingas intensyvumų kūrimas ir vartojimas, nuolatinis tapsmas bei transformacijos.

2.2.2. Žiūrinčio subjekto ir stebimo objekto priešprieša: žvilgsnio galia

Lyčių hierarchijoje galių pasiskirstymą rodo įtvirtinta moters, kaip stebimo objekto, ir vyro, kaip kuriančio subjekto, priešprieša. Ja ir šiandien remiasi daugelis pamatinių reprezentacijos strategijų – vizualinis moters suobjektinimas nuolat konstruojamas šiuolaikiniuose audiovizualiniuose

⁵⁰ JANKAUSKAITĖ, Margarita. Moterų (ne)reprezentacija masinės kultūros vaizdiniuose. *Sociologija. Mintis ir veiksmai*, 2004, nr. 3 [teminis], p. 58.

⁵¹ TEREŠKINAS, Artūras. Kaip dėvėti savo kūną: vyriškumo normos šiuolaikinės Lietuvos masinės komunikacijos priemonėse. Iš TEREŠKINAS, Artūras. *Kūno žymės: seksualumas, identitetas, erdvė Lietuvos kultūroje*. Vilnius: Baltos lankos, 2001, p. 101.

⁵² ŽUKAUSKAITĖ, Audronė. Kūnas ir technologijos. *Lytys, medijos, masinė kultūra*: Vilniaus dailės akademijos darbai. Vilnius: Vilniaus dailės akademijos leidykla; Lygių galimybių plėtros centras, 2005, t. 37, p. 30.

kūriniuose. Žvilgsnis, atskleidžiantis subjekto ir objekto santykį, psichoanalizės metodais leidžia tyrinėti gelmines sąmonines lyčių skirtumo, tapatumo ir galios sąveikos žmogaus psichikoje ištakas.

Vyras, valdantis šį žvilgsnį, be turimos fizinės jėgos įgyja dar vieną galios šaltinį, sustiprinantį jo statusą heteroseksualioje, normatyvinį vyriškumą pripažįstančioje visuomenėje. Tuo tarpu moteris visada gali tikėtis būti potencialiai sutapatinta su erotišku, patraukliu, jausmingam pasigėrėjimui skirtu objektu. Pasak britų kino kritikės L. Mulvey, moteris klasikiniame kine yra tai, į ką žvelgiama, o vyriškas subjektas pasisavina kinematinį žvilgsnį savo paties vojeristiniam malonumui⁵³. Taigi vyriškas žvilgsnis, fetišizuodamas moterų vaizdinius, patiria *skopofilinį* (žvilgsniu vartojant kitą asmenį kaip seksualinės stimuliacijos objektą) malonumą, o moteris, atlikdama ekshibicionistinį vaidmenį ir įgydama papildomą reikšmę būti žiūrimai (*to-be-look-at-ness*), tampa tik prasmės ikūnytoja, bet ne jos kūrėja. Kitaip tariant, moteris, kaip seksualinis objektas, kuris traukia ir sulaiko žvilgsnį, ekrane pasirodo tam, kad išryškintų vyro troškimus bei juos parodytų. Moteriai žiūrovi siekiant patirti malonumą tenka arba mazochistiškai identifikuotis su fetišizuotu moteriškumo reginiu, arba, tapus transvestite, susitapatinti su kamera ir vyriško žvilgsnio pozicija.

Seksualinės mažumos, kaip ir moterys, yra vojeristinio ir fetišistinio žvilgsnio objektai. Tokia heterocentristinė žvilgsnio struktūra iš analizės lauko išstūmė homoseksualumą, todėl *queer* teorija sukūrė savo žvilgsnio struktūrą. *Queer* subjektas neegzistuoja be *queer* žvilgsnio: tapatybės ir savasties formos kuriamos save nuolat pateikiant (*displaying*) kitų žvilgsniui. Čia pagrindinis dėmesys skiriamas įspūdžio valdymo menui.

Alternatyviuose *queer* filmuose vyriškas subjektas peržengia save tapdamas objektu ir atsiduodamas žvilgsnio sunaikinimui. Hegemoninio vyriškumo atstovui šis sunaikinimas yra tolygus „sudaiktinimo naštai“, dėl to identifikuodamas save su aktyviu vyru protagonistu ekrane aistros (geismo) ir tapatybės niekada nesutapatina. *Queer* subjekto kūno paviršiuje ikūnijama pulsuojanti galios ir pasipriešinimo dinamika: jo nuolatinis ir pasikartojantis performansas, apimantis aktų, gestų, praktikų serijas, kuria tapatybę, bet niekada jos neatveria. Pasipriešinimas normalizacijai vyksta „kūno erdvės“ lygmenyje.

2.2.3. Lyčių stereotipai masinės komunikacijos priemonėse

Stereotipai – tai sudėtingos nuostatos, kurias sudaro tam tikrų reiškinių supaprastintas (schematizuotas) supratimas, vaizdiniai ir emociniai vertinimai. Stereotipai apibūdina tam tikras žmonių grupes, jų elgsenos formas, dorovinius vertinimus ar pažiūras⁵⁴.

⁵³ MULVEY, Laura. Vizualinis malonumas ir pasakojamasis kinas. Iš *Feminizmo ekskursai: Moters samprata nuo Antikos iki Postmodernizmo*. Antologija. Sud. K. Gruodis. Vilnius: Pradai, 1995, p. 344-363.

⁵⁴ KAVOLIS, Vytautas. *Kultūrinė psichologija*. Vilnius, 1995.

Esminiai stereotipo bruožai – 1) objektų grupei lengvai ir greitai priskiriami grubūs, nediferencijuoti požymiai; 2) suteiktos charakteristikos ilgai nekinta; 3) stereotipai kinta veikiami socialinių bei politinių pokyčių.

Normatyvinis heteroseksualumas ne tik formuoja lyčių sistemą ir išsaugo ją pačių sudėtingiausių socialinių, kultūrinių permainų sąlygomis. Jis turi tiesioginės įtakos tam tikrų stereotipų atsiradimui ir įtvirtinimui kolektyvinėje sąmonėje. Stereotipinių moteriškumo ir vyriškumo reikšmių išgalėjimą visuomenėje lemia jų heteronormatyvinė prigimtis, santykis su įvairiomis socialinėmis struktūromis, nuolatinė apyvarta masinės komunikacijos priemonėse. Stereotipai taip pat veiksmingai pasitelkiami vartotojiškų tikslų siekimui: vis daugiau gražių, išpuoselėtų vyrų ir moterų kūnų tampa pagrindiniais reklaminės strategijos komponentais patraukti ir išlaikyti vartotojo dėmesį, vis labiau erotizuojama ir sensualizuojama kiekvienam individui siektina „tikro“ vyro ar moters išvaizda, „reikalaujanti“ nuolat investuoti į grožio ir mados industriją ir pan.

Masinės komunikacijos priemonėse dažniausiai pasitaikančius **moterų stereotipus** galima suskirstyti į tris pagrindines įvaizdžių kategorijas, kurios moters atliekamus socialinius vaidmenis suponuoja į *moters-patelės*, *moters-aukos* ir *moters-lyderės* grupes. Toks J. Germanavičiūtės skirstymas mano darbe pasirinktas dėl kategorijų aiškumo, paprastumo ir „talpumo“ (yra gana apibendrinančios, todėl jų sudėtyje galima reikšmių įvairovė).

Moters-patelės kategorijai priklausančios moterys vaizduojamos kaip besirūpinančios šeimos ir aplinkinių gerove, atstovauja greičiau pasyvią nei aktyvią poziciją veiklos ar darbo atžvilgiu⁵⁵. Dažnai tokių moterų užimamos pareigos ar asmeniniai pasiekimai yra išvis neminimi arba nustumiami į antrą planą – svarbesniu tampa socialinis išskirtinumas, t.y., kieno žmona, motina, gyvenimo draugė ar sekretorė yra. Taigi tradiciškai dominuoja nuomonė, jog moters vaidmuo šeimoje yra ją realizuojantis, o visuomeninė veikla yra mažiau reikšminga negu vyro. Šios kategorijos moteris siejama su emocijomis, *silpnosios lyties* stereotipu, jai priklauso rūpintis privačia, intymia sfera, todėl net ir menkiausias jų pretenzijos į viešąją išraišką interpretuojamos kaip vyriškų sričių užgrobimas. Taip moters, kaip asmenybės, žinios, materialinė padėtis, darbas yra nuvertinama.

Moters-aukos kategorijai priskirtina fizinę ir psichologinę prievartą patyrusi, išnaudojama moteris. Kita vertus, tokia moteris yra morališkai ir materialiai atsakinga už šeimą ištikusias krizes, nenusisekusią santuoką, vaikų klaidas. *Moters-aukos* įvaizdį kuria ir „socialinis dugnas“ – prostitutės, alkoholikės, benamės, ligotos moterys. Psichologinę prievartą patyrusios ar dėl nelaimių šeimoje ir fizinės negalios kenčiančios moters paveikslas dažniausiai sutinkamas televizijų publicistikos (dažnai – kriminalinės) laidose ir moterims skirtuose žurnaluose.

⁵⁵ GERMANAVIČIŪTĖ, Jolanta. Moters įvaizdžio kategorijų raiška Lietuvos dienraščiuose. *Klėja*, 2003, nr. 6.

Žiniasklaidos liečiama tematika labai įvairi – nuo nelaimingos meilės, skausmingo meilės trikampio, katorgiškos santuokos gniaužtų, narkomano ar homoseksualaus vaiko, neišsipildžiusių lūkesčių ir sutryptų gyvenimo tikslų iki asocialaus gyvenimo, alkoholizmo liūno, prostitucijos gatvėse ir užsienyje ar kalinio dalios. Tokių moterų gyvenimo siužetas kuriamas dvejomis kryptimis: gyvenimo aplinkybių gniuždoma ar sugniuždyta, bet stipri moteris ir bejėgė, silpna moteris, kurios nuopuoliai pateisinami „atleidžiu“ žemesnės lyties stereotipu. Pirmosios moterys – nuolatinės publicistinių laidų (*Abipus sienos*, *Kitoks gyvenimas* (TV3), *Srovės* (LNK)), gyvenimo būdo TV žurnalų (*Moterų laimė* (TV3), *Nuo...iki* (LNK) ir kt.) bei moteriškos spaudos herojės – po sielvartinga istorija, kuri savaiame yra įdomi ir patraukia tiek skaitytojų, tiek žiūrovų dėmesį, slypi žurnalistų intencija paryškinta moters galia, optimizmas, vidinė stiprybė – tarsi pavyzdys kitoms moterims, kaip pasijusti nepriklausoma ir, visų pirma, savarankiška, besirenkančia, o ne pasirenkama.

Šis psichologinis moters, kaip asmenybės, paveikslas – alternatyvi tradiciniam moteriškumui reikšmė, kuri žiniasklaidoje yra jau gana nusistovėjusi, tačiau *moters-aukos* įvaizdžio neišvengia. Juk žiniasklaidoje retai kada nušviečiama konfliktiška vyro gyvenimo linija (išimtis – fizinę negalią patyrusio, bet „kovinga dvasia“ pasižyminčio herojaus paveikslas) – vyro vertė matuojama kitais matais perteikiant nugalėtojo bet kokioje situacijoje poziciją.

Reikia pabrėžti, kad tokių moterų vaizdavimas neapsieina be tradicinį mąstymą atspindinčių detalių, kai iš „pragaro“ savo jėgomis išsikapsčiusi herojė iš naujo ieško stipraus peties, vyriškos paramos garanto, todėl beveik kiekviena istorija turi *vyro-uolos* įvaizdį visuomenės sąmonėje sustiprinančią baigtį – „šiuo metu ponios X gyvenime – šviesus laikotarpis, už kurį dėkinga tam „vieninteliui“, o jei to vienintelio dar nėra, moters egzistencija perpildyta užslėptu laukimu, kurio nepamiršta paminėti žurnalistai.

Primityviam *moters-aukos* įvaizdžio suvokimui atstovauja bejėgės, silpnos moterys, išsižadėjusios „tikrojo moteriškumo“, rūpinimosi šeima, vaikais. Tokių moterų socialinę tikrovę mėgsta narstyti kriminalinės publicistikos kūrėjai (*Ties riba* (LNK)) bei dienraščių kriminalinės suvestinės. Žiniasklaidos vaizduojama prostitutė dažnai tampa savo pačios patiklumo ir neišsilavinimo auka, o girtaujanti asociali kaimo moteris – gūdžioje suklypusioje pirkioje siautėjanti „nusitašiusi“ sugyventinė su tuzinu neprižiūrėtų vaikų ar net vaikų žudikė. Pasak D. Marcinkevičienės ir A. Maslauskaitės, analizavusių spaudos ir TV kuriamus moters paveikslus, žiniasklaida neretai ciniškai domisi bet kokiais moterų (tiek ir vyrų) nusikaltimais ir jų aukomis. Jos iškelia versiją, kad galbūt moterys kriminalinėse naujienose „gali atsirasti ir sąmoningai siekiant demaskuoti „tikrojo moteriškumo“ krizę“⁵⁶. Taip kalbėdamas autorės remiasi tuo, kad viešos informacijos apie moteris, nužudžiusias ar palikusias savo kūdikius, pastaruoju metu akivaizdžiai padaugėjo, be to, galima

⁵⁶ MARCINKEVIČIENĖ, Dalia; ir MASLAUSKAITĖ, Aušra. Moters paveikslas Lietuvos dienraščiuose ir televizijoje. *Klėja*, nr. 3.

pastebėti tendenciją, kad tragedijos kaltininkėmis pripažįstamos vien moterys. Dar daugiau – žiniasklaidos nuosprendžio susilaukia ne tik asocialios, bet ir iki nusikaltimo buvusios rūpestingomis motinomis moterys. Taip lyg formuojama, o tiksliau palaikoma sovietmečio lyčių ideologija grįsta nuomonė, kad rūpintis šeima ir vaikais yra tik moters pareiga, žiniasklaida motiną ir vaiką suponuoja į nedalomą visumą, kurioje nelieka vietos tėvo atsakomybei.

Moterys, sugebančios vadovauti ir vadovaujančios dideliame kolektyvui, iniciatyvios, veiklios ir išsilavinusios, visuotinai pripažįstamų ir vertinamų profesinių gabumų, yra priskirtinos *moters-lyderės* kategorijai. Į šiuos rėmus telpa moterys, atliekančios valdininkų, menininkų, politikų, teisininkų, verslininkų ir kitus su visuomenine veikla ir didele atsakomybe susijusius socialinius vaidmenis. Ši kategorija sietina su naujo moters įvaizdžio kūrimu šiuolaikinėje visuomenėje, kuris teoriškai lyg ir tampa įsisąmonintu ir priimtiniu reiškiniu „vyrų pasaulyje“, tačiau realiai tokios moterys, susidūrusios su jų dominavimu viešojoje sferoje, turi dvigubai stengtis ir nuolat įrodinėti, kad yra vertos aukštų pareigų ar pelnyto pripažinimo, todėl verta išsamiau panagrinėti pačią problematiką. Statistika rodo: nors Lietuvoje moterys sudaro daugiau nei 50 proc. gyventojų skaičiaus, tačiau jų dalyvavimas politiniame ar visuomeniniame gyvenime yra neproporcingai pasyvus – čia viešpatauja vyriški politiniai autoritetai. Taip pat didelis skirtumas vyrauja įvairiose ekonominės veiklos srityse, kur moterų profesinei saviraiškai paliekamos sąlyginai „smulkios reikšmės“ socialinės ir aptarnavimo sferos, tuo tarpu vyrai valdo transporto, statybų ir pramonės sritis.

Moterys, siekiančios užimti reikšmingą vietą visuomenėje, dažnai apibūdinamos kaip mėginančios įsiterpti į vyriškos jėgos demonstravimo terpę bei prisitaikyti prie vyrų diktuojamų taisyklių. J. Germanavičiūtės požiūriu, dažnai moters aktyvumas, peržengiantis namų slenkstį, yra vertinamas neigiamai, todėl „moters pripažinimas, jos sėkmingos karjeros įvertinimas tiek Lietuvoje, tiek pasaulyje, dažnai siejamas su anomalija, atsitiktinumu ir labai retai su erudicija, išsilavinimu, turimomis lyderės savybėmis, savarankiškumu ir individualumu“.

Akivaizdžiai matyti, kad žiniasklaida vienareikšmiškai teigiamai vertina sportininkų pasiekimus ir tas moteris, kurios jau yra išsikovojusios tarptautinį pripažinimą, tuo tarpu šalies gyvenime „verdančios“ aktyvistės neretai nuvertinamos ar pristatomos kitokiame, „moteriškesnio turinio“, kontekste, neįtamtai formuojama nuostata, kad paviršutiniškas „plepėjimas“ yra neatsiejama visos moterų auditorijos įvaizdžio dalis. Deramo žiniasklaidos dėmesio nesulaukia ir moterų politikų veikla: nors Vyriausybėje šiuo metu dirba dvi ministrės, nei spaudoje, nei TV laidose jų, kaip kuruojamos srities eksperčių, nuomonės ir veidai beveik neįgūruoja. Tiesa, dar 2004 m. pradžioje valdžios sluoksniams svarstant realią galimybę tuometinei finansų ministrei Daliai Grybauskaitei užimti Europos komisaro postą, būtent dėl to, kad ji yra moteris, premjerui A. Brazauskui teko ne kartą žiniasklaidos atstovams aiškinti, kad ministrės išsilavinimas ir patirtis yra tinkami šioms pareigoms.

2002 m. *Vyrų krizių ir informacijos centro užsakymu SIC Rinkos tyrimų* (dabar *TNT Media*) atlikta reprezentatyvi apklausa „Vyriškų vaidmenų krizė Lietuvoje“ parodė, kad dešimtmetį nugyvenusios pokomunistinės visuomenės suvokimas apie vyriškumą, neskaitant tam tikrų postmodernaus feminizmo nulemtų naujų **vyriškumo versijų**, mažai kuo pakito. Čia, kaip ir kitose Vakarų Europos šalyse, „normalus“ arba „tikras“ vyras modeliuojamas iš privalomų statuso, sėkmės, ištvermės, finansinės nepriklausomybės, heteroseksualumo ir lytinio dominavimo elementų. Respondentų paminėtos svarbiausios „tikro“ vyro savybės yra šios: gebėjimas uždirbti pinigus (72 %); nagingumas, mokėjimas atlikti „vyriškus“ buitines, techninius darbus (67 %); vaikų aprūpinimas, priežiūra ir auklėjimas (67 %); savo moters globojimas (66 %). Tarp neigiamai vertinamų vyriškumo savybių moterys išskyrė vyro vadovavimą šeimoje ir jo žodžio buvimą lemiamu, fizinės jėgos naudojimą, laisvę, nesiaiškinimą ir nesiteisinimą⁵⁷.

Pasak L. Kublickienės, tipiškos „vyriškos“ raiškos formos suvedamos į tris svarbiausias savirealizacijos sferas – karą, darbą ir seksą⁵⁸. Pirmoji savirealizacijos sfera simbolizuoja *vyro-kario* psichiką, kuriai būdinga prievarta, agresija, brutalumas. Šiomis vyriškumo savybėmis tiesmukiškai žiniasklaidoje spinduliuoja ir jas palaiko kriminaliniai nusikaltėliai, pakelių maniakai, tarpusavyje kariaujančių gaujų nariai, moterų prievartautojai, iš dalies kontaktinių sporto šakų atstovai ir kt. Gebėjimas panaudoti jėgą, jeigu to prireiks, tampa vienu iš svarbesnių kiekvieno vyro savęs apibrėžimo charakteristikų. Vyrai, ypatingai puoselėjantys šią vertingą, jų manymu, savybę, vadovaujasi *credo* „aš nugalio, užkariauju – vadinasi esu“.

Normatyviniame socializacijos procese ne tik moterys, bet ir vyrai perima tam tikrus elgesio modelius, vertybes ir nuostatas. Viena jų – „vyrai tampa tuo, ką jie veikia, tad uždirbdami daug pinigų, jie taps „tikrais“ vyrais. Paklūsdamas normai toks vyras visa galva neria į darbinę veiklą, laikydamas ją ne tik pinigų šaltiniu, bet ir gyvenimo prasme, užtikrinančia jo statusą ir autoritetą. Rafinuotas turtuolis, stambios kompanijos bosas, perspektyvus karjeristas – žiniasklaida skirtingus vyrų paveikslus veria į vieną nepažeidžiamą „autoriteto“, „reikšmingo asmens“ grandinę.

Trečioji vyrų identitetą formuojanti sfera – seksas, kuris tradiciškai vyriškumą sieja su seksualumu ir lytiniu pajėgumu. Žiniasklaidoje tai atspindi pastaruoju metu įvairesnių reikšmių įgijusi kūno demonstracija ir, A. Tereškino žodžiais, lytinis narcisizmas. L. Kublickienė pateikia ir kiek kitokią tipiško vyro vaizdinių grupavimą, paklūstantį masių žargonu apibrėžtiems keturiems maskulinistinio idealo šūkiams:

- *nebūk boba* arba jokių su moteriškumu susijusių dalykų, jokių emocijų;

⁵⁷ *Vyriškų vaidmenų krizė Lietuvoje (projektas)* [interaktyvus]. Vilnius, 2002. Prieiga per internetą: <<http://www.politika.osf.lt/eurointegracija/santraukos/VyriskuVaidmenuKrizėLietuvoje.htm>>

⁵⁸ KUBLICKIENĖ, Lilija. Šiuolaikinių lyties stereotipų sąlygotas maskuliniškas diskursas. *Feminizmas, visuomenė, literatūra: straipsnių rinkinys*, 2000.

- *būk pirmas* arba siek reikšmingumo, viršenybės, sėkmės, galios ir pelnomo susižavėjimo;
- *būk „kietas“* arba būk nepriklausomas, bejausmis bei pasikliauk tik pačiu savimi;
- *parodyk jiems* arba būk stipresnis už kitus, jei reikia, mušk.

Taigi sėkmingo vyriškumo pavyzdžiu galima laikyti fiziškai ir emociškai „kietą“ vyrą, išlaikantį šeimą bei pajėgų patenkinti savo moterį, turintį galios ir įgijusį autoritetą visuomenėje. Moterų lygiavimasis, be abejo, įtakojo vyrų susirūpinimą savo vyriškumu, todėl šiandien galima kalbėti ne tik apie moterų, bet ir vyrų naujus socialinius vaidmenis, konstruojamus ir įsitvirtinančius visuomenėje. L. Kublickienė pabrėžė, kad šiuolaikinių stereotipų sąlygotas naujas maskuliniškas diskursas atspindi vyrų nenorą gyventi pagal tradicinius patriarchalinius idealus, todėl permašoma tradicinė vyriška tapatybė bei kuriamos naujos saviraiškos formos.

Minėtos 2002 m. *Vyrų krizių ir informacijos centro* užsakymu atliktos apklausos apie vyriškų vaidmenų krizę Lietuvoje duomenimis, moterys greta svarbiausių „normalaus“ vyro bruožų mini jo gebėjimą būti jautriu ir supratingu, kas yra pakankamai nauja nusistovėjusiame tradicinio vyro įvaizdyje. Visuomenės informavimo priemonėse vis dažniau sutinkamas teigiamas „emocionalaus vyro“ arba, kitaip tariant, „minkšto“, feminizuoto vyro paveikslas tik patvirtina šį teiginį. Pamažu žiniasklaidoje įtvirtinama nuomonė, kad emocijos kaip naujos vyriškos tapatybės elementas yra būtinos išreikšti bendražmogiškus jausmus, vienodai būdingus ir moterims, ir vyrams.

Kitais reikšmingais bruožais, įsiterpiančiais į tradiciškai suvokiamo vyriškumo vaizdinį, laikytini vidinė savikūra arba savišvieta, reikalinga jautriai reaguoti į kasdienę patirtį bei mokėti pritaikyti ją vyro ir moters tarpusavio santykiams (jie suvokiami jau ne kaip nekvestionuojama duotybė, bet kūrybinis procesas), taip pat tradicinių socialinių vaidmenų atsisakymas – tai vyrų dalyvavimas namų ruošoje kaip lygiavertės motinystei tėvystės svarbos vaikų auklėjime ir šeimoje įtvirtinimas.

Žiniasklaidoje paplitus moters kūno demonstracijai, vis labiau estetizuojamas ir vyro kūnas: tvirti raumenys, dailinami treniruoklių, tarsi atsiima socialinių vaidmenų paradigmoje prarastas „tikro“ vyriškumo pozicijas ir reprezentuoja vyro kūno herojiškus, supermeniškus, supervyriškus bruožus, pristatančius vyrą kaip aktyvų, fatališką subjektą⁵⁹. Kita vertus, masinės komunikacijos priemonės vis labiau linkusios trivializuoti vyriškumą. A. Tereškinas pateikia pavyzdį, kad šiuolaikinės vyriškos lyties popžvaigždės nevensia iššaukiančių ir ekstravagantiškų drabužių, naikinančių ribas tarp to, kas vyriška ir moteriška, auskarų kulto, persirenginėjimų, įmantrių šukuosenų ir plastiškų judesių, ne tik

⁵⁹ TEREŠKINAS, Artūras. Kaip dėvėti savo kūną: vyriškumo normos šiuolaikinės Lietuvos masinės komunikacijos priemonėse. Iš TEREŠKINAS, Artūras. *Kūno žymės: seksualumas, identitetas, erdvė Lietuvos kultūroje*. Vilnius: Baltos lankos, 2001, p. 101.

mada, bet ir juvelyriniai dirbiniai bei prabangūs aksesuarai tampa naujo „tikro“ vyro statuso įtvirtinimo ženklais⁶⁰.

⁶⁰ Ten pat. p. 96.

3. MOTERIŠKUMO IR VYRIŠKUMO RAIŠKA TELEVIZIJOJE (ILIUSTRATYVI LIETUVOS NACIONALINIŲ TELEVIZIJŲ APŽVALGA)

3.1. *Moteriški ir vyriški TV žanrai*

Specifinės TV savybės – techninės vaizdo, garso ir teksto konjunktūros galimybės bei programavimas – įtakojo atskirų žanrų, paremtų vartotojo pomėgiais bei įpročiais, formavimąsi. Valstybės funkcionavimo struktūra, socialinis-kultūrinis kontekstas lėmė, kad kiekvieno visuomenės individo poreikis gauti informaciją yra prigimtinis, inspiruojamas tokių auditorijos motyvų kaip ne tik gauti informaciją, bet ir patarimus, kaip gyventi, pažinti pasaulį ir susivokti savyje, patirti saugumo jausmą ir emocinį atsipalaidavimą, mažinantį socialinę įtampą, gauti paramą vertybėms ar stimulą jas persvarstyti, pramogauti, pagaliau užpildyti laiką ir susikurti dienos rutiną. Atrinkta informacija taip pat yra pagrindas ar pakaitalas socialiniams kontaktams, medijos pagalba patiriamas bendrumo jausmas, visuomenė integruojama į viešąją sferą. Tačiau tapo įprasta ir normalu, kad moteriška auditorija renkasi vienas laidas, o vyrams priimtinesni kitokio pobūdžio žanrai. Suprantama, kad moterų ir vyrų interesai, požiūris į gyvenimą ir poreikiai skiriasi, todėl TV orientacija į kuo platesnę auditoriją užtikrinant jos augimą pirmiausia įvairialytiškumo principu sąlygojo pačių žanrų specifika ne tik tematikos, bet ir „vidinių“ konstravimo savybių atžvilgiu. Nagrinėdama, kokios savybės sąlygoja vieno ar kito žanro „moteriškumą“ ir „vyriškumą“, remsiuos dviem J. Fiskės išskirtais vizualiausiai lytiškumą reprezentuojančiais žanrais: draminiu TV serialu, dar vadinamu *muilo opera*, ir maskulinišku *veiksmo serialu*, kuriame veikia „aktyvūs ir supermeniški“ vyrukai⁶¹. Anot J. Fiskės, *muilo operai* būdingi šie pagrindiniai „moteriški“ bruožai:

- seriališkumas, nepasiduodantis pasakojimo užbaigtumui. Taip konfliktinių situacijų, keliančių įtampą, atomazga atidedama „kitam kartui“, kas sukuria intrigą ir norą pažiūrėti kitą seriją, kuri arba patvirtins, arba paneigs moters vaizduotėje susikurtas „kelias pabaigas“;
- charakterių ir siužetų įvairovė;
- naudojama laiko, atitinkančio dabartį, dimensija, kuri leidžia manyti, kad veiksmas vyks nepriklausomai nuo to, ar mes žiūrėsime, ar ne. Smalsumas verčia žingsniuoti vienu žingsniu, kad nebūtų pražiopsotos siužeto vingrybės;
- staigus, nelauktas siužeto nutraukimas tarp serijų, kaip moterys mėgsta sakyti, „pačioj įdomiausioj vietoj“;
- išskirtinis dėmesys dialogui, problemų sprendimui, intymiems pokalbiams;
- vyrų charakterių „jausmingumas“;

⁶¹ FISKE, John. *Įvadas į komunikacijos studijas*. Vilnius: Baltos lankos, 1998.

- stiprūs moterų, įtakingų ir veikiančių „už namų sienų“, charakteriai;
- apibrėžtos erdvės (nebūtinai namai) – kaip fonas daugialypėms sudėtingoms siužeto linijoms vystyti.

Taigi apibendrinant galima teigti, kad siekiant realumo išpūdžio suardomas tradicinis pasakojimas, turintis pradžia, dėstymą ir pabaigą, auditorija užvaldoma jausmo, kad TV seriale verdantis herojų gyvenimas yra tikras ir neišgalvotas, savaeigis ir nepaklūstantis kūrėjų suplanuotam laiko limitui, kiek galima vystyti temą, o kada reikėtų eiti prie išvadų. Kaip ir gyvenime, herojų dramatiškai santykiai grįsti svajone sukurti laimingą ir stabilią šeimą, kuriai neleidžiama išsipildyti iki „paskutinės minutės“, vestuvės čia figūruoja kaip nematomas ir „neapčiuopiamas“ fabulos veikėjas, inspiruojantis neapgalvotus bei prieštarigus veikėjų poelgius. Jų dramatiškumą išryškina emocionalios herojų veido išraiškos bei stambaus plano įvedimas. Stiprūs charakteriai, emocinė įtaiga, maištingumas, demonstratyvus seksualumas reprezentuoja veikėjų pasitikėjimą savimi bei galią priimti savarankiškus sprendimus, kas imponuoja bei prikausto moteriškos auditorijos dėmesį. Toks žanro konstravimas atspindi tradicinę patriarchalinės visuomenės sampratą – tai, kas susiję su privatumo sfera, tarpusavio žmogiškais santykiais ir emocijomis, tinka moteriai, nors, kita vertus, tokį pasirinkimą lemia ir moteriškos psichologijos specifiškumas.

Žanro „vyriškumas“ konstruojamas pagal visuomenėje dominuojančio „tikro“ vyro vaizdinio modelį, taigi, dėmesys kreipiamas ne į teksto daugiareikšmiškumą, naratyvinio lygmens subtilybes ar melodraminio sentimentalumo auros kūrimą, bet vyraujančios ideologijos palaikymą kuriant *veiksmo serialo* socialinę aplinką bei herojų charakterius.

Maskuliniškame seriale naratyvinį pasakojimą sudaro viena pagrindinė siužetinė linija, kurioje veikia vienas pagrindinis arba keli tikrą „vyriškumą“ realizuojantys subjektai. Nors tie patys charakteriai su naujomis pavojingomis užduotimis grįžta į TV ekranus rečiausiai kartą per savaitę, kiekviena serija turi siužetinį užbaigtumą, sąlygojamą pasiektų rezultatų – „kieto“ vyruko įvaizdžiui palaikyti labai svarbi ši užduoties gavimo – kliūčių atsiradimo – įtampos kulminacijos – sėkmingo problemų išsprendimo paradigma.

Pagrindinius vaidmenis atliekantys vyrukai pasižymi visomis „supermeniškomis“ savybėmis: aktyvūs, fiziškai stiprūs, valingi, pranašesni už kitus, lydimi sėkmės, nepriklausomi, organizuoti, racionalaus mąstymo, jei reikia – agresyvūs, mokantys naudotis ginklu, mėgstantys gerus cigarus ir neatsisakantys stikliuko tekilos, ciniški, patrauklūs sau ir moterims. Šie bruožai nebūtinai talpinami viename asmenyje, veikiant komandai jie atseikėjami kiekvienam grupės nariui. Vyriškų charakterių dialogai – trumpi ir atžarūs, bet kokie jausmai ir jautrumas eliminuojami, juos keičia valia ir pasiryžimas laimėti. Moteris veiksmo seriale vaizduojama kaip bejėgė, auka ir egzistuoja tik tam, kad būtų išgelbėta pagrindinio veikėjo. Erdvė, kurioje veikia supermeniškai herojai, priešingai nei

„moteriškoje“ TV dramoje, yra vieša, matoma (taip įvertinamas jų didvyriškumas), palaiko jų „kovingą dvasią“, todėl siužete gausu veiksmo, konfliktiškų susidūrimų, kraujo, greičio ir dinamikos.

3.2. TV laidų ir makrožanrų klasifikacija lyčių skirtumo pagrindu

Žiniasklaida, kaip ir šeima, švietimas, draugų ratas daro didžiulę įtaką lyčių vaidmenų socializacijai. Lyčių skirtingumo principu rūšiuojami ne tik žaislai, drabužiai, tinkamas elgesys, bet ir TV žanrai bei laidos, turinio tematika pritraukiančios daugiau „vyrišką“ arba „moterišką“ (vienalytė auditorija masinių komunikacijų amžiuje neegzistuoja) auditorijas. TV produkcija į „moterišką“ ir „vyrišką“ diferencijuojama pagal esamus ir tariamus psichologinių savybių bei aplinkos suvokimo skirtumus, laisvalaikio leidimo būdus ir pomėgius. Jei moteris siejama su privačia erdve, intymumu, namų aplinka, tai vyras traktuojamas kaip aktyvi visuomenės ląstelė, veikianti viešojoje erdvėje. Jei moteris domina grožio puoselėjimas, rankdarbiai, kulinarija ir namų interjeras, tai vyrus traukia sportas, žūklė, medžioklė, automobiliai, pornografija ir kiti „vyriški“ užsiėmimai. Taip, stengdamasi patenkinti įvairaus žiūrovo specifinius poreikius, standartizuojamus visuomenėje, televizija vyro ir moters pasaulį atskiria vadovaudamasi tradiciniu lyties supratimu bei dar labiau įtvirtina abiem lyties poliems priskiriamų skirtingų „interesų zonų“ egzistavimą.

Du „vyriškiausi“ makrožanrai, sutelkiantys gausiausią „stipriosios lyties“ auditoriją, yra *informacija* (naujienos ar reportažai iš politinių, socialinių, ekonominių, kultūros ar kitų įvykių, naujausios aktualiosios žinios) bei *sportas* (tiesioginės varžybų transliacijos, jų apžvalgos, sporto žurnalai ir žinios). Patriarchalinėje europietiškoje šeimoje tradiciškai TV naujienos buvo ir neretai yra laikomos vyrišku užsiėmimu, moterims ir vaikams televizijų programų tinkleliuose skiriamas pastovus laikas prieš *prime-time* vakaro žinias – jo metu rodomi įvairūs TV serialai, dramos ar žaidimai. Tokia auditorijos segmentacija grindžiama vyrų domėjimusi faktine medžiaga, įvykiais, susijusiais su visuomenine sfera, moterims tuo tarpu skiriamos dramos, susijusios su privatumo sfera, tarpusavio žmogiškais santykiais, emocijomis. Naujienų kaitos procese šis įsivyravęs sferų suskirstymas (tai, kas vieša – vyriška, kas privatu, skirta moterims) panaudojamas praplėsti auditoriją. Šiais laikais moteris laikoma lygiaverčiu naujienų žiūrovu, būtent, postmodernizmo, neotelevizijos laikais žinios orientuotos į universalų žiūrovą derinant vyriškos ir moteriškos psichologijos elementus, t.y. visuomeninę sferą (politiniai, ekonominiai, socialiniai pokyčiai valstybės gyvenime), viešumą, suprantamą vyriškai giminei, apvelkant dramos žanriniais rūbeliais – išlaikoma įtampa, kuriamas tam tikras scenarijus, kiek tai leidžia nenusižengti kokybiškam ir nešališkam informacijos pateikimui bei kitiems naujienoms taikomiems kriterijams. Taigi esminis posūkis TV naujienų konstravime – tam, kad sugrąžinti moteriškąją lytį į auditoriją, naujienos papildomos lengvesnio turinio arba *soft news* informacija.

Sporto išskirtinę vietą TV programų tinkleliuose liudija įvairių sporto laidų bei varžybų transliacijų gausa ir populiarumas ne tik svetur, bet ir Lietuvos nacionalinėse televizijose – *NBA apžvalga*, *NBA aktrentamosios varžybos* (LNK), *Formulė-1* (TV3), *Amerikietiškos imtynės* (BTV). Elitinį sporto laidų, o ypač tiesioginių tarptautinių populiarių sporto šakų čempionatų transliacijų statusą apibrėžia ne tik išskirtinė daugumos Europos visuomeninių transliuotojų privilegija transliuoti tokias varžybas, bet ir iškalbinga detalė, kad šiaip labai griežtai konstruojami TV programų tinkeliai tiesioginių sporto varžybų transliacijų atveju „lengva ranka“ koreguojami perstumdant kitų laidų eterio laiką arba net jų atsisakant. Ryškus aukšto sporto vertinimo pavyzdys – tarp populiariausių transeuropinių kanalų 1-ą vietą užima sporto kanalas *Eurosport*, kuris yra transliuojamas 10-čia kalbų ir kurio auditorijos dydis – 72 mln. žiūrovų.

Kitos autorinės laidos, orientuotos į vyrišką auditoriją, yra apibrėžtos „smulkesnių“ vyriškų interesų (ne kiekvienas „tikras vyras“ domisi žūkle ir pan.), kurių taip pat gana gausu keturių didžiųjų televizijų programose. „Vyriškos“ laidos – tai laidos apie automobilius (*Keliai. Mašinos. Žmonės* (LTV), *Ekipažas* (LNK), *Autopilotas* (TV3)), žvejybą (*Vienam gale kablys* (BTV)), kompiuteriją (*DEMO* (LNK)), mokslo naujienas (*Negali būti* (LTV)), aviaciją (*Aerodromas* (LTV)), medžioklę (*Tauro ragas* (BTV)), meistravimą (*Statau namą, Namų darbai* (BTV), *Namas* (LNK)). Paprastai tokias laidas, kurių tematiką išmano „tik vyrai“, veda „stipriosios lyties“ atstovai, kas irgi formuoja tam tikras išankstines žiūrovo nuostatas lyčių atžvilgiu.

Televizijos žanrų, kurie tarsi egzistuoja dėl moterų ir niekaip nesiderina su vyriškumu ir vyriška auditorija, nėra daug. Be jau aptartos TV dramos arba *muilo operos* dar išskirčiau reklaminio pobūdžio programas, siūlančias prekes – *TV parduotuvės* žanro laidos taip pat išskirtinai „moteriškos“: paprastai jos yra nedidelės apimties (15 min) ir orientuotos į moterų – aktyviausių visuomenėje sukurtų paslaugų ir produktų vartotojų – pinigine. Tokias laidas rodo TV3 (*Tele parduotuvė*), BTV (*Televitrina*), siužetine linija ir veikiančiais charakteriais išsiskiria *Baltojo katino svetainė* (LNK).

Šie žanrai neatsiejami nuo ištikimos namų šeimininkių auditorijos, kurios kasdienė rutina ir televizijos bandymas prisitaikyti sąlygojo efektyvesnę televizijos ir auditorijos komunikaciją. *Namų šeimininkės* principas, kuriuo paremtas vertikalusis TV programos fidelizavimas, puikiai veikia ir šiandien – prisiderindama prie visuomenės gyvenimo būdo ir tempo, reaguodama į žiūrovų įpročius ir skirtingų auditorijų lūkesčius bei siekdama skirtingu dienos metu pasiekti kuo didesnę žiūrovų auditoriją televizija „teisingai“ paskirsto savo eterį. Taip blogiausias televizijai paros metas – diena – randa savo žiūrovą, o namų šeimininkės ir mažamečius vaikus auginančios mamytės – aistringą gyvenimą TV dramose. *Muilo operų* populiarumas Lietuvos nacionalinėse televizijose šiandien yra gerokai atslūgęs – keletą TV dramų dienos metu šokiadieniais ir savaitgaliais rodo pagrindinės komercinės televizijos (*Geidžiamas kūnas, Meilės paslaptys* (TV3); *Mačos. Merkaderų šeimos vyrai* (LNK)).

Autorinių laidų, skirtų siauresnei moteriškai auditorijai – tik dieviančioms sodo žirkles, gėlynų klombas, virbalus ar kulinariją – nacionalinių televizijų programose yra labai mažai arba iš viso nėra. Vienintelės virtuvės paslaptys, neatsiejamos nuo „tikrojo moteriškumo“, realizuojamos kulinarijos laidose *Kulinarinės kelionės* (LTV) ir *Roberto pusryčiai* (BTV). Reikia pastebėti, kad kulinarija irgi jau nebeprisklaido tik moterims: BTV studijoje „gero skonio“ receptus dalina manieringas Robertas, Tango TV jaunieji žiūrovai leidžia *Skanų savaitgalį su Maratu*. Kodėl taip atsitinka, kad vyrai turi žymiai daugiau jų interesus reprezentuojančių laidų nei moterys? Moteriškumas į TV programų tinklelius skverbiasi per temų sąrašus, laidų koncepcijas, laidos vedėjų moterų įvaizdžius ir kt. Tik moterims „oficialiai“ skirtų laidų nėra tiek daug: pavadinimu auditoriją apibrėžiantis TV žurnalas *Moterų laimė* (TV3), moteriškos publicistikos laida *Meilės istorijos* (LNK). Tačiau pagal nagrinėjamų temų sąrašą, kuris vėlgi stereotipiškai skirstomas į atitinkantį „vyrišką“ ir „moterišką“ skonių, tokių laidų televizijų programose yra žymiai daugiau. Dar labiau apibendrinant galima sakyti, kad visos laidos, kurias veda „dailiosios lyties“ atstovės, jau savaime tampa žiūrimos moteriškos auditorijos – taip spręsti leidžia kitas faktas, kad laidos, kuriose gvildenamos šalies visuomenės politinės, socialinės ir ūkinės aktualijos, yra perduotos į vyrų rankas. Taigi, kas rimta – ne moterims, o kas lieka – būtent joms.

Tarp „moteriškų“ moterų vedamų laidų galima išskirti pora kategorijų, kurios suponuoja tokius skirtingus žanrus kaip publicistiką, pokalbių šou ir ginčų laidas. D. Marcinkevičienė ir A. Maslauskaitė jas įvardija kaip „socialinio teisingumo ir solidarumo“ bei „vartojimo kultūros“⁶². Pirmajai priskirtini pokalbių šou *Bėdų turgus* (LTV) ir *Nomeda* (TV3), pokalbių laida *Nepriklausoma paieškų tarnyba* (LNK), *Labirintai* (TV3). *Bėdų turguje* sprendžiamos kasdieniškos socialinės problemos, *Nomedoje* moteris mokoma viešai prabilti apie patirtas skriaudas ar slapčiausias svajones, *Nepriklausoma paieškų tarnyba* sujungia išblaškytas šeimas.

Visose laidose moterys įkūnija „atjautėjas, guodėjas, kilniaširdes“. Toks moters socialinis vaidmuo yra įtvirtintas ir patriarchalinėje visuomenės sistemoje. „Vartojimo kultūros“ laidoms priskirtini gyvenimo būdo – *Nuo... iki* (LNK) – ir mados – *Stilius* (LTV) – TV žurnalai. Joms būdinga bendra kosmetikos, maisto pramonės, grožio industrijos tematika bei kuriamas „besimėgaujanti išpuoselėtu gyvenimo stiliumi“ moters paveikslas – aiškios aliuzijos į moterims skirtus žurnalus „Ieva“, „Cosmopolitan“, „Edita“ ir kt. Nesėkmingai su etikete „moterims“ prieš porą metų bandė kovoti pastarajai kategorijai priskirtinos *Ievos pievos*, pristatinėjusios save kaip „laidą ne tik moterims“. Labai tikėtinas dalykas, kad visas šias „moteriškas“ laidas mėgsta žiūrėti ir vyriška auditorija, tačiau pabrėžtinai akcentavimas skamba kiek apgailėtinais ir tik patvirtina pačių laidos kūrėjų nuostatą, kad moterys stovi ant žemesnio „kūrybinio“ laiptelio, tarsi norima vyrus įtikinti, kad

⁶² MARCINKEVIČIENĖ, Dalia; ir MASLAUSKAITĖ, Aušra. Moters paveikslas Lietuvos dienraščiuose ir televizijoje. *Klėja*, nr. 3.

„žiūrėkite mūsų produkciją, ji „verta“ vyro dėmesio, tai jums ne „skysti“ moteriški plepalai“. Į moterų auditoriją orientuota laida galima laikyti *Kultūra* (TV3), nes kultūrinė sfera tradiciškai priskiriama „moteriškai“ saviraiškai. Neutraliomis laidomis, nors jas veda moteriškos lyties atstovės, galima pavadinti tokias publicistikos laidas kaip *Abipus sienos*, *Lietuvos ryto televizija* (TV3), *Srovės* (LNK), iš dalies *Kitoks gyvenimas* (TV3).

Stipriai maskulinistinį formatą turi analitinės bei kriminalinės publicistikos laidos, kurių vedėjai yra tik vyrai. Analitinės laidos, dar vadintinos rimtąja žurnalistika, koncepciją atitinka *TV forumas*, *Prašau žodžio*, *Spaudos klubas* (LTV). Tai laidos, nukreiptos į aktyvią, visuomeninio gyvenimo problemomis besidominčią auditoriją. Būta ir „moteriškų“ bandymų – pvz., R. Grinevičiūtės tiesioginės pokalbių laidos *Korida* ir *TTT (Televizijos tyrimų tarnyba)*, kuriose diskutuota įvairiomis aktualiomis viešosios sferos temomis. Nors ir pretendavo būti analitinėmis, dėl galimų įvairių priežasčių jos liko populiarių „vyriškų“ laidų šešėlyje ir greitai iškrito iš TV programų tinklelio. Interpretuoti galima įvairiai: *Korida* analizės gyliu, apimtimi ir žanru panėšėjo į pramoginę – diskusijų atokvėpio minutės buvo užpildomos ir pajvairinamos gyvais muzikiniaiis intarpais, pašnekovai gana familiariai elgėsi su R. Grinevičiūte, vadindami ją tiesiog Rūtele; *TTT* tiek dirbtinai palaikoma dalykiška vedėjos išvaizda, tiek „tardymo izoliatoriaus“ aplinka bei griežta intonacija daugiau priminė politinį spektaklį. O gal kaltas stereotipinis žiūrovo matymas, kad moters vedama rimta laida „subobėja“?

Kiti TV žanrai – muzikinės (*Lietuvos dainų dešimtukas*, *Gero ūpo* (LTV), *Sveikinimų koncertas* (LNK, BTV), *NML* (LNK), *Penktadienio muzikos šou*, *Padovanok dainą* (TV3)), sveikatos laidos (*Sveikatos ABC* (LNK), *Sveikatai ir laimei* (BTV), *Sveikas žmogus* (TV3)), laidos apie kiną (*25-as kadras* (LTV)), gamtą ir gyvūnus (*Vienam gale kablys* (BTV)), realybės šou (*TV pagalba*, *Keičiu žmoną* (TV3), *Ideali pora* (LNK)), TV žaidimai (*Šeši nuliai – milijonas* (LNK)), loterijos (*Teleloto*, *Tavo šansas*, *Televiktorina* (TV3), *Perlas* (LTV), *Sekmadienio loto*, *Laimingas skambutis*, *Loterija OHO lotto*, *Žirgų lenktynės*, *Kas taps milijonieriumi?*, *Bamba*, *Interaktyvus šou suaugusiems* (BTV)) bei įvairūs pramoginiai šou (*Myli nemyli* (LNK), *Klausimėlis* (LTV)) – yra daugiau mažiau orientuoti į universalų žiūrovą, jaunimą ar visą šeimą neišskiriant žiūrinčiojo lyties.

3.3. Laidų vedėjų kuriamos moteriškumo ir vyriškumo reikšmės

3.3.1. Autorinės televizijų laidos

Grupuoiant TV žanrus į „moterišką“ ir „vyrišką“ paradigmas, pamiršamas laidos vedėjas (-a): o kaip gi jis (-i) supranta „moteriškumą“ ir „vyriškumą“? Kokiam „vyriškumui“ ir „moteriškumui“ jis (-i) atstovauja? Ar į TV eterį prasiskverbia alternatyvios tradiciniams įvaizdžiams reikšmės?

Vertinant laidos vedėjų išvaizdą, visos eterio moterys, kitaip nei jų laidų herojės, kurių reprezentuojamas moteriškumas yra labai skirtingas ir įvairus, pretenduoja į šiuolaikinės moters amplua – jos patrauklios, pasitempusios, savimi pasitikinčios ir savarankiškos moterys, moka pabrėžti seksualumą, išsilavinusios ir veiklios, spinduliuojančios profesionalumu ir elegancija. Tai patvirtina nuskinti laurai žiūrovų rinkimuose: Aurelija Razmaraitė – 2002 m. elegantiškiausia, o 2003 m. – geriausia Lietuvos televizijų žinių laidų vedėja, taip pat „Mis televizija 2003“; Asta Ramoškaitė – 2003 m. geriausia kriminalinės publicistikos laidos vedėja; Gražina Sviderskytė – viena erotiškiausių televizijos laidų vedėjų.

Nepaisant to, kad prie „žavingų eterio damų“ įvaizdžio prisideda televizijų stilistų ir grimojų komandos, kurių kūrybiniai sprendimai laidos vedėjas tiesiog „pasmerkia“ populiarumui, be šios būtinos reprezentacinės laikysenos kiekviena moteris kuria savo moteriškumo reikšmes, derančias vedamos laidos koncepcijai ar egzistuojančias savaime. Skirtingus įvaizdžius žiūrovų sąmonėje projektuoja ir vedėjos statusas laidoje: ar ji tik „kalbanti graži galva“, ar laidos idėjos autorė, rengėja, realizuojanti save taip, kaip nori. Analitines informacines ar politines pokalbių laidas vedančios žurnalistės R. Miliūtė, R. Grinevičiūtė, kuriančios „geležinių ledi“ įvaizdį, lygiavertiškai konkuruoja su vyriškos lyties atstovais, kuriems yra lengviau įgyti žiūrovų ir laidų dalyvių – politikų, valdininkų, visuomenės veikėjų – pasitikėjimą ir pripažinimą dėl egzistuojančių visuomenėje stereotipų, kad rimtos informacijos komentatoriaus ir politinių debatų moderatoriaus vaidmuo yra neatsiejamas nuo vyriškos logikos ir mąstymo. Analogiškai kitos „vyriškos“ profesijos – sporto komentatoriaus, sporto žinių laidos vedėjo – duonos sėkmingai ragauja LTV sporto laidų prodiuserė Laima Janušonytė, vyriško balso prisodrintoms kriminalinės publicistikos laidoms mažai nusileidžia A. Ramoškaitės vedama laida *Abipus sienos*.

LTV senbuvė ir bene vyriausia „eterio dama“, TV laidos *Bėdų turgus* vedėja E. Mildažytė imponuoja žiūrovams savo nesenkančia kūrybine energija, autoritetu ir veržliu būdu – ji ne tik televizijos profesionalė, bet ir ryški solistė, šalia kurios ekrane išstveria ne kiekvienas vyras: dėl išsiskyrusių nuomonių jos buvusią intelektualią pokalbių laidą *Moterys ir vyrai* teko palikti dviems vyrišką pusę laidos metu atstovavusiems kompanionams – žurnalistui A. Čekuoliui ir rašytojui, buvusiam verslininkui Š. Navickiui.

Išskyrus šias stereotipus laužančias moteris, kitos laidos vedėjos tarsi „sėdi savo rogėse“ – veda pokalbių šou (N. Marčėnaitė, *Nomeda*; A. Daugėlytė, *Labirintai*), pramogines TV laidas (R. Kurienė, *Be tabu savaitė*; A. Kilkuvienė, *TV pagalba*; A. Stašaitytė-Masalskienė, *Šeštadienio rytas*), sveikatos (R. Gancevičienė, *Sveikatai ir laimei*), moteriškos publicistikos laidas (A. Žukauskienė, *Moterų laimė*; D. Tamošiūnaitė, *Meilės istorijos*; J. Murenienė, *Geri laikai, blogi laikai*), gyvenimo būdo žurnalus (R. Mikelkevičiūtė, *Nuo... iki*; V. Baublienė, *Stilius*). Pastebėtina, kad tose laidose, kurias veda vyriškas ir moteriškas duetas (*Be tabu savaitė*, *Lietuvos dainų dešimtukas*, *Nacionalinė muzikos lyga*),

„dailiosios lyties“ atstovėms vis dar gana sunku (arba neleidžiama laidų kūrėju) išlaikyti lygiavertiškos pašnekovės pozicijas – čia vyriškasis pradasi imasi jam tradiciškai priklausančios iniciatyvos, o moteriškasis atlieka daugiau patarėjos ar net reprezentacinę funkciją (*NML, Lalaila*), viliojančią prie TV ekranų vyriškąją auditoriją.

Eterio vyrams nėra taikomos grožio kategorijos, kurias jie turėtų atitikti, kad galėtų vesti vieną ar kitą laidą, todėl jų ansamblis – daug spalvingesnis: nuo pagyvenusio intelektualios laikysenos muzikologo V. Gerulaičio ir santūraus, džentelmeniško A. Čekuolio, geležinės rimties besilaikančių R. Juozapavičiaus ir R. Paleckio iki valiūkiško A. Valinsko ir temperamentingojo A. Greitai, „satyros meistro“ V. Šerėno, vėjavaikiško M. Sėjūno ir eterio chuliganu pravardžiuojamo A. Klivečkos. Šioje draugijoje išsitenka „minkštasis“ vyrukas Robertas su savo kulinarine laida, naująjį vyriškumą reprezentuoja buvusių *VRS kameros* bei *Sąmokslų teorijos* laidų vedėjų D. Martinaičio ir A. Klivečkos auskarai.

3.3.2. Leidiniai „TV antena“ ir „TV publika“

Už besišypsančių eterio veidų slypintys biografijos faktai, asmeninės nuostatos, pomėgiai žiūrovą kartais domina daug labiau nei jų kuriamos TV laidos, todėl nacionalinių televizijų žvaigždės labai dažnai tampa ir TV leidinių herojais. Čia jų moteriškumas ir vyriškumas papildomas naujomis reikšmėmis ir socialiniais vaidmenimis, kuriuos atlieka TV laidų vedėjas (-a) realiame gyvenime, atitinkančiais stereotipines nuostatas arba jas laužančiais. Visuomenėje sustabarėjusius lyčių stereotipus iliustruoja ir leidinio žurnalisto pasirinkta tema ir jos pristatymas, klausimai bei pašnekovų pasirinkimas.

Pavarčius 2004/2005 m. dienraščio „Lietuvos rytas“ priedo „**TV antena**“ (turinčio didžiausią skaitytojų ratą) numerius, teko nusivilti beiėškant kokių nors nestereotipiškai televizijos vedėjų asmenybes atskleidžiančių rašinių. Priedo rubrikoje „Žaibo interviu“, kuriai klausimus ruošia abiejų lyčių žurnalistai ir kuri skirta pristatyti vieną ar kitą televizijos laidų vedėją, įtvirtinamos tradicinės nuostatos lyčių atžvilgiu, nuo kurių ypač „priblėsta“ eterio damų emancipuotas spindesys. A. Razmarataitę, pripažintą 2003 m. geriausia Lietuvos televizijų žinių laidų vedėja, taigi, tituluotą profesionalę, žurnalistas apipila tokiais klausimais kaip: „lankydamosi prekybos centre, kokiame skyriuje ilgiausiai užtrunkate – maisto produktų, kosmetikos, drabužių? O gal – buitinės technikos?“ (A. Razmarataitės lakoniškas atsakymas – spaudos), „kiek pinigų kas mėnesį išleidžiate kosmetikai?“, „ar laikotės dietų?“, „nemėgstate virtuvėje šeiminkauti?“ ir pan. Kitai, 2003 m. geriausiai kriminalinės publicistikos laidos vedėjai A. Ramoškaitei žurnalistė paaiškina, kad „tokios kaip jūsų išvaizdos žurnalistės paprastai veda stiliaus ar gyvenimo būdo laidas“ ir susidomi, kodėl ši pasinėrė į socialines problemas. LTV laidos *Panorama* vedėja R. Miliūtė, dar vadinama „geležine ledi“, taip pat

neišvengia „moteriškų skaitalų“ tipo klausimų („ar mėgstate vartyti madų žurnalus“, „ar daug žmonių susirenka į jūsų gimtadienius“ ir „kas jūsų namuose nuveikia vyriškus darbus“), panašios išpažinties apie madų žurnalus, prekybos centrus ir vairuojamo automobilio markę reikalaujama iš buvusios BTV laidos *Mūsų gyvūnai* vedėjos R. Eilunavičienės. „TV antenos“ „Intrigos“ rubrikoje *Lietuvos ryto televizijos* vedėja ir žurnalistė J. Valeikaitė atskleidžia savo dietos paslaptis – pasirodo, stebuklingai sulieknėti stažuotės Suomijoje metu jai padėjo šokolado dieta ir bėgiojimas.

Pokalbių šou *Nomeda* šeiminkaujanti N. Marčėnaitė, kurios laidoje vyksta stulbinamai atviri pokalbiai, už šį atvirumą spaudžiama atsakyti tuo pačiu, todėl pokalbis koncentruojamas ties laidos vedėjos šeimyniniu gyvenimu, skyrybomis ir lovos reikalais. Žurnalistė rubrikos viešniai taip pat primena, kad iki savo darbo televizijoje ji retai kada domėjosi tokio žanro laidomis, todėl kyla klausimas, kokia darbo tokioje laidoje prasmė, ypač turint kitą profesiją.

„Žaibo interviu“ kalbinami laidos vedėjai tokių paviršutiniškų klausimų dažniausiai išvengia – žurnalistus labiausiai domina profesiniai reikalai, ambicijos ir planai, šeimyninė padėtis beveik neakcentuojama. Kita ryški detalė – rubrikos klausimai yra gerokai išsamesni, žurnalistai yra susipažinę su kalbinamo svečio biografiniais faktais. Su aktoriumi ir laidų vedėju V. Šapranausku pokalbio metu yra diskutuojama apie jam brangiausias vaidmenis teatre, profesines ambicijas, ateities planus ir pašėlusias svajones. Kitą kolegą A. Sakalauską žurnalistė klausinėja apie darbą TV3 laidoje *Vienas prieš vieną* (jau neberodoma): ar susitvarko su tiesioginio eterio jauduliu, kurią pusę, politiko ar paprasto žmogaus, palaiko laidos metu, taip pat apie atsipalaidavimo būdus ir epizodus asmeniniame gyvenime, kuriuos norėtų iš naujo pervaidinti. Su rimtosios žurnalistikos atstovais, LTV laidų vedėjais R. Juozapavičiumi ir A. Tapinu vienas iš rubrikos rengėjų V. Mičiulis kalbasi taip pat apie profesinius dalykus, interviu baigdamas klausimu, ar televizijos profesionalai moka susitvarkyti su buitimi – „pataisyti sugedusį lygintuvą, vandens čiaupą ar šaldytuvą“. Pasirodo, ne. Buvusiam TV3 žinių vedėjui M. Veseliui kliūna kur kas lengvesnio turinio klausimai – apie prigesusią šypseną, šeimyninio gyvenimo krizes, pareigas namuose, ekstravagantiškus kostiumus ir nebaigtus mokslus.

Taigi apibendrinant „TV antenos“ formuojamą TV laidų vedėjų įvaizdį, galima tvirtinti, kad vyriškumo ir moteriškumo kategorijos, televizijoje ganėtinai aptakios ir kaičios, TV spaudoje atsiremia į vis dar nepajudinamą patriarchalinį mąstymą – laidos vedėjų moterų asmeninis gyvenimas, kuris turėtų dominti skaitytoją, siejamas su namais, šeimyniniu statusu, paviršutiniškais „moteriškais“ užsiėmimais, o pokalbių su eterio vyrais temos vertos dėmesio – profesija, karjera, laisvalaikis, gebėjimas atlikti „vyriškus“ darbus. „TV antenoje“ apčiuoptos šiuolaikinės moters įvaizdžio apraiškos – informacijoje apie netradicinius „eterio damų“ užsiėmimus – nemaža dalis jų renkasi ekstremalius įspūdžius (G. Sviderskytė), vyriškus pomėgius (A. Žukauskienė) ir knygą (A. Ramoškaitė), bet ne virtuvę, R. Miliūtė pasirodo mokanti pakeisti automobilio ratą, įkalti vinį į sieną ir nemažai kitų vyriškų darbų, o G. Sviderskytė – net pilotuoti lėktuvus.

Dienraščio „Respublika“ priedo „**TV publika**“ puslapiuose informacijos apie TV laidos vedėjus yra mažiau, žurnalistus labiau domina televizijų programų tinklelių pasikeitimai, naujų laidų ir projektų startas, darbo televizijoje užkulisiai ir problematika. Tačiau iš įvairių straipsnių detalių, TV leidinyje dirbančių žurnalistų pasisakymų, konteksto, lėmusio vieno ar kito TV laidos vedėjo atsiradimą spaudoje, galima išvelgti pakankamai aiškia tradicinę lyčių atžvilgiu kryptį, nusakančią moters ir vyro socialinius vaidmenis visuomenėje. Tai iliustruoja tokia 2004 m. birželio 11–18 d. numeryje išspausdinto G. Zdanavičiūtės straipsnio „Televizijos tyrimų tarnyboje – dvi vedėjos“ pastraipa: „Praėjusį pirmadienį TV4 laidos *TTT (Televizijos tyrimų tarnyba)* žiūrovai galėjo nustebti: negi geležine ledi vadinamai žurnalistei, visų korumpuotųjų bei politikų „baubui“ Rūtai Grinevičiūtei pristigo jėgų ir kietumo, kad į *TTT* „kvotėjos“ stalo pusę sėdo su pastiprinimu – laidos redaktore ir reportere Laura Šebekiene“. Taigi susirūpinta televizijos profesionalės pajėgumu – kažin, ar toks laidos vedėjo pareigų pasidalinimas, jei taip būtų nuspręsta laidos vedėjo vyro, o ne „akis politikams draskančios“ moters, sulauktų žurnalistų susidomėjimo. Tokį pasvarstymą galima motyvuoti tuo, kad žurnalistų dueto R. Juozapavičiaus ir R. Musnicko ilgą laiką rengta LTV laida *Paskutinė kryžkelė* nesukėlė jokio smalsumo bei įtarumo, ką du televizijos profesionalai veikia vienoje laidoje.

Į TV spaudos puslapius atsirita ir Kauno raj. gyventojų mesti kaltinimai transvestizmu per TV3 transliuotos *Šeštadienio šou* artistui ir Kauno raj. savivaldybės Tarybos nariui A. Orlauskui, laidoje atlikusiam žavios blondinės Kristinos vaidmenį, dėl kurių jam tenka aiškintis su „TV publikos“ žurnaliste. Tai rodo visuomenės neigiamą požiūrį į televizijoje „necenzūruojamą“, normatyviniais standartais neapibrėžtą lytiškumo formą, kuriam šia publikacija suteikiamas papildomas svoris. Visgi dažniausiai leidinyje sutinkami laidų vedėjų moterų paveikslai, sutirštinti motiniškomis spalvomis – besilaukiančios „eterio žvaigždės“ (Asta Stašaitytė-Masalskienė, Mėlyna ir kt.) kamantinėjamos apie moteriškus rūpesčius ir džiaugsmus. 2004 m. vasario 6–13 d. „TV publikos“ numeryje išspausdinto straipsnio „*Sveikatos ir laimės* kolektyvas tikisi krikštynų“ vinis – šios laidos vedėjos R. Gancevičienės pagimdytas 3,150 kg. ir 51 cm. berniukas bei kolektyvui ištesėtas pažadas, kad filmuosis iki pirmųjų sąrėmių. Kita panašaus pobūdžio ir visiško naujienos svorio neturinti informacinė žinutė „TV3 balsas sulaukė pastiprinimo“ leidinio skaitytojus informuoja, kur I. Šalkauskaitė gimdė, kokie naujagimio duomenys ir gimdyvės šeimyninė padėtis, o šalia įdėtos nuotraukos paantraštė išdidžiai skelbia, kad „Inga Šalkauskaitė – jau dviejų vaikų mama“.

Kita išėitis žinomoms TV laidų vedėjoms „sužibėti“ „TV publikos“ puslapiuose – tai papasakoti apie gatvėje patirtus nuotykius su nepažįstamais žmonėmis, „maniakiškus“ persekiotojus, ištikimus gerbėjus ir „valentinus“.

3.4. Lyčių vaizdavimas humoristiniuose TV šou

3.4.1. Humoro kultūrinė trajektorija, meninės raiškos priemonės, galia

„Humoras yra ilgose kančiose susiformavęs kristalas“

Rašytojas H. Hesse

Humoras (angl. humour < lot. humor – drėgmė, skystis; vienas iš keturių organizmo skysčių, kurių sen. medicina laikė lemiančiu žmogaus temperamentą) turi dvi pagrindines reikšmes⁶³:

1. Tai žmogui būdingas polinkis juokauti, linksnumas, mokėjimas pastebėti juokingus ir keistus gyvenimo bei tikrovės faktus, reiškinius.
2. Komiškumo rūšis – pakantus, nepiktas gyvenimo keistenybių, juokingų situacijų, žmogaus ydų pašiepimas. Jam būdinga formos juokingumo derinimas su turinio rimtumu. Sukeldamas juoką, humoras kartu skatina susimąstyti. Nuo *satyros* (demaskuojančios ir tendencingos) ir *ironijos* (niekinančios) humoras skiriasi požiūriu į pasaulį, kuris sąlygoja pakantumą, atlaidumą išjuokiamam objektui. Jis visada nuspalvintas emociškai, gali svyruoti nuo švelnaus ir lengvo iki pikto ir kandaus, artėdamas prie satyros ar *sarkazmo*.

Kiti komizmo nuspalvinti pagrindiniai meninio vaizdavimo būdai:

Satyra (lot. satira – mišinys, kratinys) – meninio vaizdavimo būdas, pajuokiantis ir demaskuojantis neigiamus visuomenės gyvenimo reiškinius, žmonių ydas, silpnybes (tokias kaip gobšumas, pataikavimas, veidmainystė, apsileidimas, nesažiningumas ir kt.). Dažniausiai ji pagrįsta daiktų, reiškinių deformacija, kuri gaunama naudojant *groteską*, *hiperbolę*. Skirtingai nuo humoro, satyros sukeliamas juokas yra piktas, negailestingas, ji juntama kalbėtojo tone, balso intonacijoje.

Ironija (gr. eirōneia – apsimestinis nežinojimas) – tai sąmojinga, paslėpta pašaipa, pasityčiojimas. Jai būdinga tyčinis prieštaravimas tarp to, kas vaizduojama, tiesioginės reikšmės ir tikrosios reikšmės, pašiepiama tariamu rimtumu. Ironijos taikiny – kiekviena netikra didybė (aukštos, bet neturinčios pagrindo pretenzijos, kilnūs, bet deklaratyvūs šūkiei ir pan.). Aštri, pikta ironija vadinama *sarkazmu*.

Groteskas (pranc. grotesque < il. grottesco – keistas, juokingas įmantrus) – meninio vaizdavimo būdas, pagrįstas iškreiptu, alogišku realybės ir fantastikos, išminties ir absurdo, juokingo ir rimto derinimu naudojant hiperbolę, netikėtus įvaizdžius, grėsmingą ir niūrią simboliką, kontrastingus vaizdus.

Parodija (gr. parōdia < para – prie + ōdē – giesmė) – komiškas vaizdavimas, pagrįstas sąmoningu kurio nors kūrinio ar konkretaus, žinomo asmens mėgdžiojimu. Juoką kelia neatitikimas tarp stiliaus (panašus į mėgdžiojamąjį pirmavaizdį) ir idėjinių teminių motyvų (priešingų nei pirmavaizdžio),

⁶³ Žurnalistikos enciklopedija. Sud. G. Burneikienė, D. Dirvonaitė, V. Urbonas. Vilnius: Pradai, 1997

išorinio panašumo (mėgdžiojamojo asmens atžvilgiu) ir kalbos turinio (nebūdingo pirmavaizdžiui). Parodijuojant išjuokiamų objektų bruožai paryškunami, sukarikatūrinami, menki, nereikšmingi dalykai aprašomi aukštu, iškilmingu stiliumi.

Šias komizmo išpūdį sukeliančias vaizdavimo priemonės išraiškingai papildo stiliaus figūros (kitaip vadinami tropais), kitos stilistinės leksikos ir sintaksės, samprotavimo ir intonacijos priemonės:

- *hiperbolė* (gr. hyperbolē – permetimas, padidinimas) – perkeltinės reikšmės pasakymas siekiant didesnio išpūdžio, vartojamas stilistiniais sumetimais vaizduojamojo objekto savybėms perdėti, išpūsti;
- *sarkazmas* (gr. sarkasmos < sarkazo – plėšau mėsą), ironijos rūšis – piktas pašiepimas, kandi pajuokiama pastaba, pagrįsta griežtu absurdiškų tikrovės reiškinių smerkimu, paprastai reiškiasi kaip nuotaika, intonacija;
- *paradoksas* (gr. paradoxos – netikėtas) – neįprasta, keista mintis, neįtikėtas reiškinys; mintis, iš pirmo žvilgsnio prieštaraujanti sveikam protui;
- *paralelė* (gr. parallēlos – lygiagretus) – reiškinų sugretinimas, palyginimas;
- *homonimai* (gr. homōnymos – bendravardis) – vienodai tariami, bet turintys visiškai skirtingą reikšmę kalbos elementai (žodžiai ar jų formos, morfemos), vartojami kaip stilistinė priemonė norint nustebinti, pritrenkti.
- *paronimai* (gr. para – prie + onyma – vardas) – panašaus skambėjimo, bet skirtingos ar tik iš dalies sutampančios reikšmės žodžiai, kuriuos sugretinus išgaunamas stiliaus efektas, sukuriamas komizmo, ironijos išpūdis.

Be abejo, visų kalbos raiškos galimybių pasitelkus kontekstą suminėti neįmanoma – tam tikroje vietoje ir laiku pavartotas deminutyvas, metafora, metonimija, onomatopėja, palyginimas, inversija, pakartojimas, aforizmas tampa taikliu komizmo, humoro kūrimo įrankiu.

Žvelgiant iš istorinės perspektyvos, humoras, kaip komiškumo rūšis, sąlygota minėto įgimto žmogaus polinkio (vienuose pasireiškiančio daugiau, kituose mažiau), buvo realizuojamas kultūroje, mene, literatūroje visais amžiais, įgaudamas vis kitas naujų žanrų diktuojamas išraiškos formas, ženklinamas įvairių šalių kultūros, meno ir visuomeninės minties raidos epochų, istorinių kataklizmų, reikšmingų politinių procesų ir kt.

Humoro apraiškų galima rasti jau Europos literatūros pradžią žyminčiuose Homero epuose „*Iliada*“ ir „*Odisėja*“. Antikos laikais, V a. pr. Kr., iš Dioniso švenčių išsivystė komedija (pažodžiui *linksmos minios giesmė*), kurios ryškiausi atstovai – Epicharmas ir Aristofanas (apie 450–385 m. pr. Kr.). Senoji komedija rodydavo atskirus gyvus ar jau mirusius asmenis bei vadindavo juos tikraisiais vardais. Taip pat vystėsi politinė komedija, pajuokianti politikos ar visuomenei labai gerai žinomus asmenis. Pastarąją uždraudus, gimė *naujoji būties komedija*, pašiepusi ne atskirus žmones, bet

apibendrintus žmogiškuosius silpnumus (ypač poetų ir filosofų), imta kurti tipus. II a. pr. Kr. antrojoje pusėje seniesiems žanrams pradėjus nykti, iškyla besivystanti satyra.

Viduramžiais humoristinio pobūdžio žanrai gyvuoja miestų literatūroje: Prancūzijoje *fablio* (lot. *fabula* - pasakojimas, pasakėčia) – trumpos eiliuotos anekdotų pobūdžio apysakos, kuriose pabrėžiami miestiečiams būdingi bruožai šmaikštumas, išradingumas, sumanumas, pliekiamas pamaiviškumas, bukumas, perdėtos aistros ir geismai, naudojama kalba kupina paradoksų, archajiškų žodžių; Vokietijoje – į *fablio* panašūs *švankai*; Italijoje – anekdotų pobūdžio linksmi liaudiški pasakojimai *novelos*.

Vienas žymiausių Europos Renesanso rašytojų prancūzas F. Rablė garsiajame kūrinyje „*Gargantiua ir Pantagriuelis*“ šturkščia šnekamąja liaudies kalba išjuokdamas atitrūkusią nuo gyvenimo, dogmatinę viduramžių mąstyseną, tuo metu paplitusį gamtos idealizavimą, pašiepdamas įvairias sustabarėjusias sampratas naudojo pagrindines juoko priemones – groteską ir fantastinę hiperbolę, karnavalo žaismą, maišę pasakojamąjį siužetinį ir pamokomąjį traktatų stilių, archaizmus su paties sukurtais naujadarais. XVII a. M. de Servantesas Savedra savo įžymiajame kūrinyje „*Don Kichotas*“, kuris laikomas vienu iš pačių humoristiškiausių pasaulinės literatūros romanų, parodijuoja tuo metu populiarius riterių romanus, išjuokia jų netikroviškus svaichiojimus, absurdiškus nuotykius.

Toliau vystomas komedijos žanras: Renesanso laikų Italijoje, XVI a. viduryje susikūrė savitas liaudiškas teatras, pramintas *komedija del arte*, kuriam būdinga improvizacija (nesinaudojama parašytu tekstu), tvirtai nustatyti veikėjų tipai, kurie kartojosi visuose vaidinimuose. Gyvavusi beveik du amžius, *komedija del arte* spėjo stipriai paveikti visos Europos teatrą, ypač charakterių komediją (Šekspyro, Moljero ir kt.).

Ispanų „aukso amžiaus“ ir Europos baroko dramaturgas P. Kalderonas de la Barka išvystė *apsiausto ir špagos komediją*, pasižyminčią patrauklia intriga, žaismingumu, linksma nuotaika, sąmojumi ir gausiai naudojamu farsu. Ž. Batistas Poklenas, vėliau pasivadinęs Moljeru, klasicizmo teatrą praturtino *papročių* komedijomis, su pašaipą žvelgiančiomis į to meto gyvenimą ir epochos „ligą“ – precioziškumą, naujo tipo charakterių komedijomis „*Tartiufas*“, „*Don Žuanas*“, „*Šykštuolis*“, kuriomis juokėsi iš blaivaus proto nepaisymo, ydų ir kenksmingų įpročių žmogui bei visuomenei, religingumo šydu pridengto veidmainiškumo.

Vienas žymiausių satyrikų pasaulinėje literatūroje Dž. Sviftas parašė įžymųjį apibendrinimu ir alegoriškumu grįstą satyrinį fantastinį romaną „*Guliverio kelionės*“, kurio meniniai vaizdai išreiškė tam tikrą filosofinę socialinę sistemą, peraugo literatūrinės parodijos rėmus ir tapo aštria politine visuomenine satyra⁶⁴.

⁶⁴ [žiūrėta 2005 m. lapkričio 14 d.]. Prieiga per internetą: <<http://ualgiman.dtiltas.lt/literatura.html>>.

Šiuolaikinėje Lietuvos literatūroje turime humoro meistrą J. Erlicką, kurio išėities taškas – juodasis humoras, kuriam bet koks absurdas yra gyvenimo norma, todėl jo tekstuose nėra didaktinių teisuolio ir visažinio sprendimų, būdingų satyrinei literatūrai. Naudodamasis paradoksu kaip pagrindine mąstymo priemone, išmoningai žaisdamas kultūriniais kontekstais ir viešosios kalbos stereotipais, J. Erlickas taikliai fiksuoja lūžio epochos tipiškas realijas, vertybių pervartas, drumzliną psichologinį koloritą, pridengęs ironija tramdomą pasibaisėjimą, o gal ir neviltį⁶⁵.

Dar 1936 m. pirmosios pasaulyje visuomeninės TV organizacijos BBC, kuriai būdinga solidžios kokybės ir stabilumo tradicija, direktorius lordas Reithas suformavo pagrindinius ir dabar galiojančius principus – informuoti, mokyti, linksminti⁶⁶. Tą patį teigia masinių komunikacijų tyrinėtojas D. McQuailas, pažymėjęs, kad *mass media* veiklos samprata apima ne tik tokias svarbias funkcijas kaip informuoti visuomenę apie pasaulio įvykius, aiškinti jų reikšmes, skatinti inovaciją ir progresą, socializuoti ir mažinti socialinę įtampą, formuoti bendras vertybes, išreikšti dominuojančią kultūrą ar agituoti už visuomeninius tikslus politikos, ekonomikos bei kitose sferose ir pan. Visuomenės informavimo priemonių funkcija yra ir teikti pramogas, malonumą, kurių poreikis vis auga. Nors šiandieninėje televizijoje karaliauja apšukri verslininkė *pramoga*, dar visai neseniai ji „sunkiai vertėsi“ visuomeninės televizijos viešpatavimo Europoje laikotarpiu: XX a. aštuntajame dešimtmetyje Vakarų Europa turėjo tik tris privačias TV stotis (ITV, MTV ir RTL), daugelyje valstybių pirmosios komercinės televizijos buvo įteisintos devintajame dešimtmetyje (Prancūzijoje – 1984 m., Vokietijoje – 1985 m.). Tik 1989 m. ES priimta garsioji *TV be sienų* direktyva, sąlygota technologinės pažangos ir stiprėjančių komercinių interesų, sugriovė 40 metų Europoje transliavimo monopolį išlaikiusios visuomeninės televizijos karalystę.

Tuo tarpu JAV, suregulavusios technines problemas, jau 1952 m. antimonopoliniu įstatymu atvėrė duris „auksiniam“ TV amžiui (9-ojo dešimtmečio pab. jau veikė apie tūkstantis komercinių TV stočių), kuriame susiformavo komercinėms TV būdingos laidos, vėliau perimtos Europos privačių TV stočių. Būtent čia gimusi serialų tradicija ir serijinės TV dramaturgijos žanrai – atsižvelgiant į nagrinėjamą dalyką mums svarbi *situacijų komedija (sitcom)* – sėkmingai įsitvirtino senojo kontinento komercinių TV programų tinkliuose (pvz., lietuviams pažįstami TV serialai *Draugai*, *Pakvaišusi porėlė*, *Vedęs ir turi vaikų*, *Darma ir Gregas*) ir papildė eteryje dominuojančią pramogą humoru.

Ne išimtis ir Lietuvos komercinės TV, tačiau pastaruoju metu tokių serialų populiarumas atslūgo – šalies žiūrovų auditorija mieliau renkasi vietines autorines laidas, kuriose susipynusi pramoga, publicistika, vaidybiniai elementai (ši sintezė išžvelgiama publicistinėse, gyvenimo būdo,

⁶⁵ [žiūrėta 2005 m. lapkričio 22 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.rasyk.lt/index.php/fuseaction,writers.view;id,18>.

⁶⁶ PEČIULIS, Žygintas. *Televizija: istorija, teorija, technologija, žurnalistika*. Vilnius: LRT Leidybos centras, 1997.

pokalbių laidose)...ir humoras. Poetas, eseistas S. Parulskis yra pasakęs, kad „dabar jau lietuviai juokiasi, bet jų juoko objektas kažkaip neišvengiamai sukasi aplink vieną ir tą patį – politikus“⁶⁷. Iš tiesų, tarp humoro laidų aukščiausius reitingus turi infošou „Dviračio šou“, „Dviračio žynios“, „Be tabu savaitė“, kurių satyros akiratyje atsiduria skandalingos politinės aktualijos ar neoficialioji jų pusė, neteisėti, amoralūs ar tiesiog kvaili politikų veiksmai, neigiami visuomenės reiškiniai.

Apskritai politinė satyra kaip pašaipaus, parodijuojančio humoro forma turi ypatingą galią valdžios atstovams: jai bandoma pataikauti arba su ja kovoti priklausomai nuo to, kokia yra valstybės politinio valdymo forma ir politikų savimonė. L. Bielinio teigimu, tai, kas nepakliūva į televizijos ekraną, atsiduria ir už interesų, ir už politikos ribų. Tai suprasdami politikai irgi priversti imtis vaidybos, jei nori atlaikyti konkurenciją naujomis – televizinėmis – politikos reiškimosi sąlygomis⁶⁸. Nedemokratinėje valstybėje arba nestabilios politinės padėties valstybėje politinė satyra įgauna visuomenės protesto formą ir kelia tam tikrą grėsmę. Tereikia prisiminti vieną iš Lietuvos atgimimo laikotarpio reiškinių – „Šėpos“ teatrą, kurį kūrė režisierius G. Varnas ir literatas L. Jakimavičius. Tai lenkų lėlių teatro forma, atsiradusi viduramžiais – Vilniuje lėlės „politikavo“ „per lenkmetį“, kasmet nuo Kalėdų iki Trijų karalių. Pirmasis spektaklis „Revoliucijos lopšinė“ gimė 1989 m. pradžioje Teatro sąjungos, o kartu ir Sąjūdžio, salėje, buvo vežiotas po visą Lietuvą. Vėliau atsirado nauji „Šėpos“ teatro vaidinimai „Komunistinės nostalgijos“, „Šėpa“ taip pat turėjo savo laidą televizijoje. 1990 m. pavasarį „Šėpos“ artistai Konservatorijos balkone surengė satyrinį politinį spektaklį sovietų kariuomenės parado proga – „vaidinimas“ baigėsi studentų susirėmimu su omonininkais⁶⁹. Straipsnyje „Tarp satyros ir pramogos“ (*Between satire and entertainment*) izraelietis sociologas O. Almog, komentuodamas naujos satyrinės humoro laidos *Eretz Nehederet* atsiradimą Tel Avivo Meimad televizijoje, pabrėžė, kad satyra, kaip valstybės saviironijos pratimas, yra tai, kas skiria demokratiją nuo nedemokratijos⁷⁰.

Turbūt didžiausias politinės satyros bumus Europos televizijos istorijoje buvo užvaldęs Didžiąją Britaniją: *That Was the Week That Was* (1962-63, BBC), *Frost Report, The* (1966-67, BBC), *Monty Python's Flying Circus* (1969-1974, BBC), *Not the Nine O'Clock News* (1979-1982, BBC), *Yes Minister* (1980-1984, BBC), *Spitting Image* (1984-1996, ITV), *Alexei Sayle's Stuff* (1988-1991, BBC), *Day Today, The* (1994, BBC).

Pasak D. Marcinkevičienės ir A. Maslauskaitės, „ypač daugiasluoksnės ir daugiakalbės moterų ir vyrų vaidavimo perspektyvoje yra humoristinės publicistikos laidos“ – Lietuvoje šiam žanrui

⁶⁷ PARULSKIS, Sigitas. Trumpas juoko įvadas. *Veidas*, 2002 09 19, nr. 38.

⁶⁸ BIELINIS, Lauras. „Akvariumo“ principas televizijoje ir politikoje arba apie telegeniškai modifikuotą politiką. *Kultūros barai*, 2002, Nr. 11.

⁶⁹ [žiūrėta 2005 m. spalio 16 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.muzejai.lt/vilnius/signataruose_sepa.htm>.

⁷⁰ HALKIN, Talya. Between satire and entertainment. *The Jerusalem Post*, 2004 10 12.

priskirtinos *Dviračio šou*, *Dviračio žynios*, *Ragai* (LNK), *Be tabu savaitė* (TV3), tačiau sustabarėjusios moteriškumo ir vyriškumo sampratos neišvengiama ir čia. Kritikuojant gyvenimo negeroves lyčių stereotipai tampa priemone pajuokti politines aktualijas ir jų herojus. Taip gimė „supaprastintos“ K. Kazlauskaitės herojės *senmergė mokytoja*, *verslininko žmona*, *prasigėrusi valkata*, R. Valiukaitės *sekretorė*, *meilužė*, A. Vilutytės ir I. Jankauskaitės *blondinės* (*Dviračio šou*). Prieš kurį laiką per LNK rodytoje humoro laidoje *Dviračio kabaretas* taip pat veikė įvairias daugiau ar mažiau marginalizuotas visuomenės grupes stereotipiškai įprasminantys personažai *Prostitutė*, *gėjus Kelneris*, *Naujasis lietuvis*, *Feministė*, *Poetas* ir kt.

Šioje darbo dalyje, pristačiusioje humoro vietą kultūroje, televizijoje, politinės satyros galią „gydyti“ politikų ir visuomenės reiškinių ydas, buvo siekiama parodyti jo reikšmingą daugiasluksnę, daugiaprasnę vaizdavimo erdvę, kurioje aktyviai naudojami ir įtvirtinami lyčių stereotipai. Tai liudija faktas, kad dauguma šalies gyventojų televizijos ekrane matomą vaizdą ima traktuoti kaip nekvestionuojamą realybę ir neižvelgia čia nei spektaklio, nei dirbtinumo, tik „realius“ nepasiekiamos valdžios veiksmus. Pvz., *Dviračio žyniose* atsiradus naujam personažui – premjero A. Brazausko atstovei spaudai *Mirai Pumpuraitei*, drąsiai nurodinėjančiai, kokį sprendimą jos šefas turi priimti vienu ar kitu klausimu, jau po pirmųjų laidų tikroji premjero atstovė pradėjo gauti žmonių prašymus sustabdyti dujų ūkio privatizavimą ar kaip nors paveikti kitus Vyriausybės sprendimus⁷¹. Kitas pavyzdys – *Dviračio šou* parodytas siužetas, kuriame *Vilija* (V. Blinkevičiūtės prototipas) futbolo aikštėje aiškina santykius su tuo metu laikinojo prezidento A. Paulausko prototipu *Artūru*: *Vilija* nenori pasitraukti iš Naujosios sąjungos vadovės posto, kuriame pavadavo laikinai iš jo pasitraukusį *Artūrą*. Kitą dieną spaudoje pasirodė pranešimai, kad V. Blinkevičiūtė nepretenduoja į partijos pirmininkes⁷². Pasak L. Bielinio, „anksčiau galiojo argumentas – „tiesa, nes aš tai patyriau“, o dabar įsigali argumentas – „tiesa, nes aš tai mačiau TV ekrane“⁷³.

3.4.2. Laidų „Dviračio šou“ ir „Ragai“ turinio analizė lytiškumo aspektu

Autorinių humoro laidų Lietuvos nacionalinėse televizijose nėra daug: *Be tabu savaitė*, *Didysis anekdotų šou* (TV3), *Dviračio šou*, *Dviračio žynios*, *Ragai*, *Lalaila* (LNK), *Humoro akademija* (LTV). Nors kai kurios jų kūrėjų įvardijamos kaip pramoginė informacinė pokalbių laida (*Be tabu savaitė*),

⁷¹ MIČIULIS, Virginijus. Žinomi žmonės – televizijos žabangose. *TV antena*, 2002 03 09-15, nr. 10.

⁷² RINKEVIČIŪTĖ, Daiva. Politikė ir herojė – it dvynės. *TV antena*, 2004 06 26-07 02, nr. 26.

⁷³ BIELINIS, Luras. „Akvariumo“ principas televizijoje ir politikoje arba apie telegeniškai modifikuotą politiką. *Kultūros barai*, 2002, Nr. 11.

žurnalas vyrams (*Ragai*), nepretenzinga, lengvo pobūdžio laida (*Lalaila*), šių laidų turinys yra neginčijamai humoristinio pobūdžio.

Tiriamajoje dalyje, pasitelkus kokybinę turinio (*content*) analizę, bus nagrinėjamos humoristinės TV laidos *Dviračio šou* ir *Ragai*. Pasirinkimą lėmė populiarumo ir laidos koncepcijos, koreliuojančios su pasirinktu nagrinėjimo dalyku, kriterijai: *Dviračio šou* rinkos tyrimų bendrovės „TNS Gallup“ („TV metrų“ būdu gautais) duomenimis, kurie kiekvieną savaitę skelbiami nacionalinio šalies dienraščio „Lietuvos rytas“ šeštadieniniame žurnale „TV antena“, nuolat patenka į populiariausių Lietuvos autorinių laidų dešimtuką bei vidutiniškai surenka po 13-15 proc. visos šalies televizijos žiūrovų auditorijos. *Be tabu savaitė* taip pat neatsilieka reitingais, tačiau atlikus žvalgybinį tyrimą galima konstatuoti, kad stereotipinių moteriškumo ir vyriškumo reikšmių „derlius“ yra žymiai menkesnis. Tuo tarpu *Ragai*, kurių vedėjai *Česlovas* ir *Bronius*, užsibarikadavę vyriškoje teritorijoje – garaže, – protestuoja prieš pasaulį užkariaujančias moteris, kitaip tariant, „depiliuotą moters koją“, savo koncepcija apibrėžia ypač gausų lyčių stereotipais kuriamo humoro turinį.

Dviračio šou – viena iš seniausių Lietuvos televizijų laidų. Ji priskiriama informacinių šou (infošou) žanrui, kuriam būdinga informacijos, pramogos ir vaidybos sintezė. Tariamą laidos rimtumą ir solidumą kuria „pasiskolinta“ žinių laidos, kuri laikoma prestižine TV kompanijų produkcija, struktūra: yra vedėjai (moters ir vyro duetas), pristatantys reportažus apie dienos aktualiausius politinius ir visuomeninius įvykius, informatyviomis ir patraukliomis frazėmis kuriamos *atakos* anonsuose siekiant sudominti, sulaikyti žiūrovą, rodomi reportažai, tam tikrus įvykius komentuoja politikos ekspertai – politologai, laidos pabaigoje skelbiama orų prognozė, net laidos trukmė ir reguliarumas (rodoma kiekvieną darbo dieną tuo pačiu laiku) sustiprina „tikrų“ žinių įspūdį. *Dviračio šou* rengėjai pusiau juokais teigia, kad informacinės laidos praneša, kas vyksta, o infošou – informuoja, kas vyksta iš tiesų⁷⁴.

Šiuose realistiškuose žanro rėmuose kuriama virtuali realybė, kurioje veikia realių politinių įvykių sukurti personažai. Kaip jie kuriami? Pasak laidos kūrėjų, vienus padiktuoja skandalingi politikų veiksmai ir klystkeliai, kitus – asmenų populiarumas, tretį tampa negatyvių visuomenės reiškinių atspindžiais, ketvirtus tiesiog lengva parodyti dėl charakteringos išvaizdos, gestų ir pan.: „...akinius raginiais rėmeliais nešiojantis politikas turi daugiau galimybių patekti į „Dviračio televiziją“ nei žmogus be akinių. Originalią barzdą turintį žmogų irgi lengviau pavaizduoti nei bebarzdį. Politiką, turintį kokį nors kalbos defektą, taip pat greičiau „priimame“ į mūsų kompaniją“⁷⁵. Kad žiūrovai lengviau atpažintų parodyjuojamą prototipą, tam tikri charakteringi bruožai dar labiau

⁷⁴ MIČIULIS, Virginijus. Juokinti – ne juokų darbas: žvilgsnis į Lietuvos televizijų humoro laidas. *TV antena*, 2002 01 19-25, nr. 3.

⁷⁵ MIČIULIS, Virginijus. Politikų ir jų antrininkų kaktomuša. *TV antena*, 2003 05 17-23, nr. 20.

paryškiniami, stereotipizuojami. Anot A. Valinsko, labiausiai vykę personažai – „bratkos“ Ūsas ir Barzdonas, Zita iš Mažeikių, Viktoras Agurkich, profesorius Kazlavičius.

Turinio analizei, kaip ir kokie lyčių stereotipai įtvirtinami laidoje *Dviračio šou*, pasirinktas laikotarpis nuo 2005 m. sausio 3 d. iki sausio 20 d. Laidos reportažai, užkadriniai tekstai, politologų komentarai nagrinėjami 2 lygmenimis: 1) kokias reikšmes kuria personažas (taip pat laidos vedėjai ir politikos ekspertai) – *teigiamas/neigiamas/neutralus* įvaizdis; pabrėžiamos charakterio ypatybės; aprangos detalės; 2) kokias reikšmes kuria personažų (visų kalbančių subjektų) vartojama kalba – žodžiai, jų deriniai, sakiniai, stilius, intonacija, kontekstas (*lingvistinis-semantinis* lygmuo).

Į tyrimo lauką patenka tik tos reikšmės (personažai, jų aprangos detalės, charakterio savybės, kalbos elementai), kurios daugiau ar mažiau palaiko visuomenėje egzistuojančius lyčių stereotipus.

Personažų charakteristika

1 lentelė

Personažas/laidos vedėjas/ekspertas	Prototipas	Įvaizdis	Aprangos/išorės detalės	Charakterio savybės	Palaukomi stereotipai
Laidos vedėja Kristina Savickytė	–	–	Palaidinukė atviru kaklu ar gilia iškirpte; kiekvieną dieną – vis kitas „seksualus“ garderobas ir plaukų spalva (perukas)	Žaisminga, plačios šypsenos, seksuali, patraukli, koketiška, dėmesinga vyriškosios lyties kolegai – laidos vedėjui Vytautui Šerėnui	Viešo dėmesio (ekrano) verta tik graži moteris; moteris turi būti seksuali ir šiek tiek lengvabūdiška (ne griežta); „gražios asistentės“ vaidmuo
Laidos vedėjas Vytautas Šerėnas	–	–	Švarkas (visą laiką tas pats), kaklaraištis, baltiniai – nekintanti apranga	–	Tikro vyriškumo ženklai – solidumas (dalykinė apranga) ir stabilumas (vis tas pats bordinis švarkas), reiškiantis vidinę pusiausvyrą – juo galima pasitikėti
Politikos ekspertas <i>peiliukas Mauzeris</i>	–	–	„Nusvirusios ausytės“	Pasyvus, melancholiškas (nusvirusios ausytės), filosofuojantis	–
Politikos ekspertas <i>peiliukas Sūrskis</i>	–	–	„Stachos ausytės“, stori raginiai akiniai, ūsai	Dominuojantis, visažinis (raginiai akiniai, ūsai), realistas	–

<i>V. Adamkus / G.Arbačiauskas</i> (sausio 3 ir 19 d.)	Šalies vadovas V.Adamkus	Teigiamas	–	–	–
<i>Artūras / A.Dainavičius</i> (sausio 3 d.)	Seimo pirmininkas A.Paulauskas	Teigiamas	–	–	–
<i>Darbietis Mockeliūnas</i> (sausio 4 d.)	Švietimo ir mokslo viceministras Raimundas Mockeliūnas	Neigiamas	Violetinė beretė, vatinė liemenė, džinsai, botai, nušiuręs „daktaro“ chalatas, pieno bidonas rankose	Kategoriškas, besipiktinantis dabartine švietimo sistema, menantis gerus „kolchozo“ laikus	Kaimo vyras – neišsilavinęs, apsileidęs
<i>Laima Paksienė / N.Varnelytė</i> (sausio 4 d.)	Nušalinto šalies prezidento R.Pakso žmona	Neigiamas	–	Verkšlenanti, nervinga, perdėtai besirūpinanti vyru (kaip mažu vaiku)	Aukšto pareigūno žmona, „aukštuomenės poniutė“ – nepasižyminti intelektu, tuštybės pilna pamaiva, „dekoratyvinė“ vyro palydovė aukštuomenės susibūrimuose
<i>Melaginskas / A.Dainavičius</i> (sausio 4 d.)	Buvęs nušalinto prezidento R.Pakso patarėjas užsienio politikos klausimais	Neutralus	–	–	–
<i>Panelė mokytoja / K.Kazlauskaitė</i> (sausio 5 ir 10 d.)	„Davatkiškos“ visuomenės dalies atspindys	neutralus	Pilka, ilga, uždara storo audeklo sukni, plonas šalikėlis, gintariniai karoliai, ant nosies galo „sėdintys“ akiniai, kaktą dengianti plaukų „užuolaida“	Dievobaiminga, dorybinga, kiekviename žingsnyje pamokslaujanti, bijanti vyrų kaip dievo rykštės	Senmergės sindromas: dažnai būna mokytoja, dešiniųjų pažiūrų, neturinti jokio seksualinio gyvenimo patirties
<i>Vytauto Barkausko žmona / R.Valiukaitė</i> (sausio 5 ir 11 d.)	Gen. prokuroro pavaduotojo V. Barkausko žmona	neutralus	Prabangūs kailiniai, vakarinė šukuosena ir makiažas, aukštakulniai bateliai	Aikštinga „aukštuomenės dama“	Žr. <i>Laima Paksienė</i>

<i>Taksistas</i> (sausio 6 d.)	Taksistų profesinės grupės atspindys	neigiamas	Treningai, „kožucha“, kedai, „beisbolکہ“	Stačiokiškas, besikeikiantis	Taksistai – žemo intelekto, nekultūringi, apsileidę vyrai, „stikliuko“ mėgėjai
<i>Veršlininkas iš Šiaulių / D.Balčiūnas</i> (sausio 6 d.)	Lietuviškos „mafijos“, naujajietuvio atspindys	neutralus	Kostiumas, „kožucha“, beisbolo lazda	Komanduojantis, mėgstantis demonstruoti jėgą	Tikras vyras savo autoritetą gina jėga (šiuo atveju beisbolo lazda)
<i>Rasa Bruzburgytė / R.Valiukaitė</i> (sausio 13 ir 20 d.)	Vidaus reikalų ministerijos sekretorė Rasa Budbergytė	neutralus	Dalykiška apranga, vyriškas „diplomatas“	Griežta, valdinga, atšiauri, žemo balso tembro, feministinių pažiūrų	Feministės – griežtos, karjeristės, nemoteriškai valdingos, atšiaurios (net frigidiškos)
Premjero sekretorė <i>Larisa Andriuchina / K.Kazlauskaitė</i> (sausio 20 d.)	Sovietinės partinės nomenklatūros, ištikimų partijos aktyvistų atspindys	neutralus	„sovietmečio laikų“ kailinukai, parišta skara	Ištikima socialdemokratų partijos moteris, aktyviai atstovaujanti partijos interesus „pagalastu“ liežuviai	–
<i>Premjeras / K.Jakštas</i> (sausio 17 d.)	Premjeras A.Brazauskas	teigiamas	–	Linksmas, dainuojantis, emocionalus	–
<i>Bosas</i> (sausio 17 d.)	Darbo partijos frakcijos Seime narys A.Bosas	neutralus	Kostiumas, kaklaraištis, brangus puspaltis – milijonieriaus statuso dalis	Apsukrus, „mažinantis nuostolius“, apsimestinai atgailaujantis: po nesėkmingo meilės nuotykiu – geriau žmona negu niekas	Turtingo vyro statuso dalis – jauna meilužė
<i>Dalia Teišerskytė / N.Varnelytė</i> (sausio 19 d.)	Seimo Etikos ir procedūrų komisijos narė D.Teišerskytė	neutralus	Dalykiška apranga + „balti“ plaukai	Poetiška, meninės sielos moteris biurokratės „šarvuose“	Moterys politikės – nekompetentingos, užsiima niekais
<i>Zita iš Mažeikių / K.Kazlauskaitė</i> (sausio 19 d.)	Naujajietuvė, verslininko žmona	neutralus	Balta apranga, rožinis švarkelis ir „balti“ plaukai	Pasitikinti savimi, laikanti save iškilia moterimi, „elito“ atstove	Esi verslininko žmona? – vadinasi, blondinė; Esi blondinė? – vadinasi, daugiau nieko nesugebi, tikrai būti turtingo vyro žmona

<i>Šiurkus / G.Arbačiauskas</i> (sausio 20 d.)	Nušalinto prezidento R.Pakso patarėjas jaunimo ir visuomeninių organizacijų klausimais	neigiamas	–	Kategoriškas, stačiokiškas, nekultūringas, isteriškas, karšto būdo	–
---	--	-----------	---	--	---

Personažų kalba

2 lentelė

Personažas	Situacija	Kalba	Palaikomi stereotipai	Komentaras
Sausio 3 d.				
<i>Laidos vedėja K.Savickytė</i>	Dėkojama tautos išrinktam Metų žmogumi Prezidentui V.Adamkui už gražėjančią šalies gyvenimą	Ačiū mūsų valdžios vyrams – sakome ir mes, ir visa tauta...	Valdžioje vertinami tik vyrai	Pasakymas apskritai dažnai sutinkamas žiniasklaidoje, eliminuoja moters politikės indėlį į valdžios vedamą politiką – gerą ar blogą
<i>V.Adamkus</i>	Prezidentas kalba telefonu su Džordžu Junior'u, kai į duris ima kažkas smarkiai belsti...	Boženą pakėliau pareigose, tai dabar koja duris atidaro...visai kaip tau su Kondoliza...	Žemesnis moters vertinimas profesinėje srityje; aukštesnės pareigos – greičiau ne įvertinimas už gerą darbą, o išimtis, paslauga	Kontekstas ir intonacija suponuoja mintį, kad <i>pakėliau pareigose</i> reiškia tam tikrą žestą, o ne įvertinimą, tikimasi kuklumo
<i>Peliukas Sūrskis</i>	Politologijos žvaigždės – peliukai – svarsto, kodėl pabrango dujos ir elektra	Buvo ministras Čėsna, tai į darbą eidavo Lelijos kostiumu, Viktorijos batais ir Vilkaviškio siuvimo fabriko berete. O dabar brangus Viktoras ateina su <i>Armani</i> kostiumu, <i>Cardien'o</i> šlipsu, <i>Swarowski</i> galionikais ir <i>Adidas</i> batais. <i>Brangiam</i> ministrui <i>nesolidu</i> užsiiminėti pigiais produktais.	Vyriškumas neatsiejamas nuo solidumo, kurį sukuria prabanga	Tą patvirtina ir Sūrskis – brangiam ministrui nesolidu...Brangiam šiame kontekste, pasitelkus homonimus, skamba dviprasmiškai, kas sukelia ironišką šypsena

<i>Artūras</i>	Taip Artūras komentuoja reporterio išsakytą mintį, kad apie Seimo futbolo komandos trenerį Semionovą sklinda ne kokios kalbos, t.y. ne koks kvapas	Koks čia gali būti kvapas, kai vyrai batus nusiima?	Vyrų batai, „paleisti“ šeiminių, skleidžia nemalonų kvapą	Visi, šį teiginį išgirdę, pritardami linksime, tačiau tikrai ne kiekvienas su tuo susiduriame – čia kyla paprasčiausias higienos klausimas, aktualus abiem lytims
<i>Peliukas Mauzeris</i>	Politologai kalba apie tai, kad pusė ministrų neturi teisės dirbti su slaptais valstybės dokumentais – tik portfelius nešioja	Ateina Furmanavičius į darbą, atsisėda prie Bulovo stalo: nusiima <i>laikrodį</i> , pasideda <i>mobiliaką</i> , nusisega <i>auksinę grandinę</i> nuo kaklo...kad praeitis nespaustų...ir tampa žmogus lyg ir panašus į ministrą.	Laikrodis, mobilus telefonas, auksinė grandinė ant kaklo – tikro vyro solidaus statuso dalis (šis vyras dirba ir užsidirba)	–
Sausio 4 d.				
<i>Darbietis Mockeliūnas</i>	Švietimo ir mokslo viceministru paskirtas veterinaras Raimundas Mockeliūnas Kėdainių TV korespondentui dėsto apie dabartinės švietimo sistemos spragas	Gaila palikti <i>tokias gražuoles</i> ...(meta meilų žvilgsnį į kiaules ir karves) [...] Kur tai matyta, kad 12 metų mergiotė mokykloj atpylusi <i>nebemoka nei karvės pamelžti</i> , nei, šita, druskytės kibiriuko sugirdyt, nei <i>kralikų suleist</i> , galų gale...Dabar <i>Salomėją Nėrį cituoja, trigonometriją sprendžia</i> , o į tvartą nežino, kaip įeiti, nemoka nei siloso paruošt, nei kaip taisyklingai įrengti katinų kastravimo stalą...	Moters vieta – namų ūkyje, mokslai – vyrams	Vienas po kito einantys sakiniai konteksto tarsi sugretinami: jei Mockeliūnui kiaulės ir karvės tikros gražuolės, tai kokia moters vieta jo pasaulejautoje?
<i>Laima Paksienė</i>	R. Paksui pareiškus, kad planuoja lėktuvu skristi per pasaulį, žmona su vyro bendražygiu <i>Melaginsku</i> ima tam aktyviai ruoštis...	Svarbiausia kelionėje yra <i>žemėlapis</i> (ima <i>gaublį</i>), – kad nepasiklystų. [...] Ar skris per Arktiką ir Antarktiką, ar per pusiaują? Nes <i>jeigu skristų per tuos ašigalius</i> , aš įdėčiau dar vienas <i>vilnonės kojines</i> ir megztinį ilgu kaklu, o jeigu <i>per pusiaują</i> – tai <i>naujus šortus</i> nupirkčiau...Dar paprašysiu, kad <i>mama sumuštinių suteptų</i> ...O <i>kokio dydžio</i> termosio reikia? <i>Kiek reikia dienų</i> aplink	Aukšto pareigūno žmona, „aukštuomenės ponitė“ – nepasižymi intelektu, yra tarsi gražus, bet tuščias suvenyrinis indas, kurį užpildo vyro autoritetas	Verkšlenančios, nervingos, perdėtai besirūpinančios (bet realiai nemokančios pasirūpinti) vyrų įvaizdis tik dar pasodrina šį stereotipinį vaizdinį, komiškumo išpūdi kuria gretinami daiktai (žemėlapis ir gaublys), rimtumas svarstant apie menkaverčius dalykus

		žemę apskristi?		
Sausio 5 d.				
<i>Panelė mokytoja</i>	Liberalui G.Šileikiui pareiškus, kad gydytojai ir pedagogai, dejuojantys dėl mažų atlyginimų, tegu eina dirbti 1,5 ar 2 etatais, pas kardiologą ir ginekologą su „tabaluojančia“ širdele skuba literatūros ir chemijos mokytoja – <i>panelė mokytoja</i>	...3 kartus validolio per dieną ir man to užteks?! <i>Su mano nervais?!</i>	Visos senmergės turi problemų su vyrais, nervais – apskritai, gyvenimo kokybe	–
<i>Peliukas Sūrkis</i>	Politikos ekspertai diskutuoja apie gražų profesinį pavyzdį – socialdemokrato B.Bradausko sugebėjimą dirbti ilsintis (net 60 įstatymų praėjusią kadenciją jis pataisė būdamas kelionėse ir kurortuose)	...Guli sau Druskininkuose burbuliuojančioj vonioj, ir <i>erotiška su į užpakalį sulindusiais stringais seselė</i> drabsto tave gydomuoju purvu, o tu guli, viena ranka sau braukai naftos įstatymą...	Seselė, kaip ir sekretorė, – turi būti jauna, graži, seksuali, asistuojanti; moters seksualumas suvedamas į vieną kūno dalį	Visuomenėje gaji nuostata, kad jei dirbi sekretore ar referente privačioje ir mažoje (vieno savininko) kompanijoje, tave su šefu sieja „artimesni“ santykiai, o tavo dora (ypač jei esi graži) galima suabejoti
<i>Vytauto Barkausko žmona</i>	Gen. prokuroro pavaduotojas V. Barkauskas ir žmona, skubantys į Naujųjų metų balių ir nesugebėję išsikviesti taksi, barasi belaukdami policijos ekipažo...	Aš nesuprantu – <i>tu vyras ar ne vyras? Prokuroras ar ne prokuroras?</i> [...] Atsiprašant, stoviu čia <i>su vakarine suknele, aukštakulnėm basanoškėm</i> kaip kokia lerva, <i>šalu...</i> ir aš tau nuotaiką gadinu? Gal tu, <i>mielasis</i> , man dar pasakysi <i>per balas bristi?</i>	Vyras turi moterimi pasirūpinti; aukštų pareigūnų žmonos – aiškingos, tuštybės pilnos, pripratusios prie gero gyvenimo „barbės“	Žmonos aišktingumą pabrėžia čiaži intonacija, deminutyvinės formos (mielasis) bei pasipiktinusių V.Barkausko telefonu kolegoms mesta frazė „mano žmona belaukiant kablukus nušalo...“
Sausio 6 d.				
<i>Taksistas</i> <i>Verslininkas</i>	Vilniaus merui A.Zuokui nusprendus perauklėti taksistų „brigadą“, išmokyti juos mandagumo, bendravimo kultūros, pakelti jų	Be <i>treningiuks</i> ir be <i>kožurs?</i> – taigi mane visas miestas <i>pyderu</i> laikys, tavo metai atėjo, gáidi, sakys... ...Nusivalai visas <i>tatuirovkes</i> , nusiimi <i>grandinėles, grandines</i> , kai	Sportinė apranga, kedai, odinė striukė, auksiniai papuošalai – vyriškumo atributai žemesnio	–

<i>iš Šiaulių</i>	įvaizdį, Šiauliai nutaria neatsilikti...	šypsosies, dantį auksinį biški slėpk, <i>pležeikių</i> kad nematyčiau, jokių tapkių ant kojų...	išsilavinimo vyriškos lyties atstovams; jau minėtas stereotipas – negeras vyriškų kojų kvapas	
<i>Taksistas</i>		Taigi su <i>tapkėm kvapuks mažiausiai jaučias</i> : išsisklaido po saloną visas, su Sent-Džordžo cigarečių dūmais susimaišo, ir nieks nieko neužjaučia.		
Sausio 10 d.				
<i>Panelė mokytoja</i>	Kino kritiko Skirmanto Valiulio ketinimas įsteigti lietuviškos erotikos muziejų paskatino panelę mokytoją imtis veiksmų	Išvažiavo <i>Landsbergis</i> , ir visas brudas pradėjo lįsti į paviršių... Ir tai, ką žmonės daro Lietuvoj, vakare, patamsėj, išjungę šviesą, po koldra pasislėpę – jūs dedat ant stalo ir dar rodote su apšvietimu. Atėjau su <i>šventinta žvakute</i> varyti lauk iš Lietuvos šitą brudą.	Senmergė dažnai būna mokytoja, dešiniųjų pažiūrų, neturinti jokio seksualinio gyvenimo patirties, dievobaiminga, dorybinga, pamokslaujanti	Senmergiškumo diagnozę patvirtina panelės mokytojos lūpomis ištarta <i>Landsbergio</i> pavardė (dešinėsios pažiūros), atsinešta šventinta žvakutė
Sausio 11 d.				
<i>Peliukas Sūrskis</i>	Politologai ėmė svarstyti, ar tik ne meilės nuotyčiai lėmė G.Furmanavičiaus paskyrimą vidaus reikalų ministru	...Bulovas ir dabar būtų ministru, jei laiku būtų <i>kokią referentę</i> susiradęs... Atėjo Furma pas Brazi ir sako: „Braziau Braziau, <i>turiu dvi meilužes ir dar žmoną</i> “, – tai net Brazius žaktelėjo ir per 5 min staigiai davė jam ministro portfelį.	Moters vertė devaluojama iki „madingo“ meilužės statuso; turėti meilužę – turėti įrodymų, kad esi tikras vyras - vyriškumas suprastinamas iki lytinės potencijos	Meilužės statusui priešpastomas žymiai menkesnis referentės ir žmonos įvaizdis. Skirtumas tarp pastarųjų tas, kad referentė gali būti „paaukštinta“ iki meilužės
<i>Vytauto Barkausko žmona</i>	Tęstinė Barkauskų „drama“ dėl naujametinio baliaus: šįkart prokuroras bara žmoną, kad ši per ilgai gražinosi	Tai ne tu: apykaklė amžiais nešvari, neišlyginta, šlipsas kreivas...	Vyrai savimi nepasirūpins, jei nepasirūpins jų žmonos	–
Sausio 13 d.				
<i>Peliukas Sūrskis</i>	Politikos ekspertams irgi kartais leidžiama atsipūsti – šie nesnaudžia ir ima aptarinėti paskutiniąsias	Mes esam politikologijos žvaigždės, o žvaigždės kartu ilgai nebūna... Netgi pats Bradas Pitas išsiskyrė su <i>gražiausia šiknyte</i> Jenifer	Moteris – savo kūno vergė, vaikščiojanti erotika	Moteris tampa grožio industrijos preke – retai kada kalbama apie moters solidumą (tokį, koks siejamas su vyrišku

<i>Peliukas Mauzeris</i>	Holivudo bulvarines naujienas...	Aniston... Bet pas <i>gražų užpakaliuką</i> labai daug draugų, o tu man vienintelis...		autoritetu). <i>Moters</i> vartotojiškumą pabrėžia menkinančią prasnę atskleidžiančios mažybinės formos – gražiausia šiknytė, gražus užpakaliukas
<i>Rasa Bruzburgytė</i>	Į Valstybės kontrolieriaus postą šalies vadovo V.Adamkaus pasiūlyta vidaus reikalų ministerijos sekretorė Rasa Budbergytė sulaukė smalsių žurnalistų dėmesio...	Tiktai moteris geriau už vyrą žino, kiek jis gauna algos, kiek pareidamas namo jos išleidžia, kiek bando nuslėpti nuo žmonos. <i>Moters kaip kontrolierės savybės yra įgimos, o valstybėje, kaip vyro kišenėje – pinigus sukontroliuoti gali tiktai moteris...Mes padarysime, kad valstybės kontrolėje dirbtų vien moterys – tada niekas niekur nieko valstybėje nuslėpti negalės...</i>	Šaipomasi iš feministinių pažiūrų, <i>moters kontrolierės</i> nepatrauklumo	Paskutiniame sakinyje išreikštas populistinis šūkis „mes padarysim!“ nuskamba utopiškai, orveliškai – moterys nepajėgios tvarkytis vienos, juolab – tvarkyti valstybę
<i>Peliukas Mauzeris</i>	Politinių įvykių komentatorių akiratyje atsiduria Latvijos prezidentė Vaira Vykė-Freiberga, priėmusi V.Putino kvietimą gegužės 9 d. atvykti į Maskvoje rengiamą Pergalės prieš nacistinę Vokietiją minėjimą. Peliukai su liūdesiu konstatuoja, kad Baltijos kelio rankytės nusviro...	Baltijos sesė užpuolė klimaksas: pasidarė <i>nervinga, dirgli, nesukalbama...</i>	<i>Moters</i> dirglumas, nervingumas be „paaiškinamos“ priežasties – klimakso požymiai	Klimaksas – moters gyvenimo tarpsnis tarp 45-55 metų, nors šiandien „klimaksinėmis“ nuotaikomis gali būti išvadinta ir dvidešimtmetė. Tuo tarsi traktuojamas moters lytinis neaktyvumas, kurio ji „negali kontroliuoti“.
Sausio 17 d.				
<i>Premjeras</i>	Seimo bufetininkei Onutei premjeras A.Brazauskas pasakoja išpūdžius iš savaitgalį įvykusių anūkės vestuvių	...Prožentis – ot tai <i>drūtas vyras</i> – mano anūkę pakėlė ant rankų ir <i>per tris tiltus nunešė</i> .	Tikras vyras turi būti stiprus	–
<i>A.Boso žmona</i>	Paliktas jaunos draugės, Seimo narys, milijonierius A.Bosas, pabrukęs uodegą, grįžta pas	Tai ką, <i>seksualinė karjera</i> šuniui ant uodegos? Per <i>jauna telyčia</i> buvo – nespėji lakstyti paskui <i>jauną užpakalį?</i>	Tikras vyras siekia karjeros ne tik profesinėje srityje, bet ir	Moteris, kaip ir aukštesnės pareigos, tampa vyrų tikslu, kurio realizacija padeda kurti tikro

	žmoną		meilėje	vyro įvaizdį.
<i>Peliukas Sūrskis</i>	Aktyvusis politologų dueto narys svajoja apie atostogas Alpių kalnuose, tačiau karštos naujienos iš politikos fronto priverčia jį šių planų atsisakyti	Žmona nusipirko kombinezoną ir slidinėjimo <i>pašiknį</i> – kur jinai dabar juos dės?	–	Moters kūniškumas penktą kartą susiejamas su <i>užpakaliuku</i>
Sausio 19 d.				
<i>V.Adamkus</i>	Šalies vadovas V.Adamkus atostogų Meksikoje metu susėdo su savo geru bičiuliu paragauti tekilos	O tu, rškia, tekilą geri ne pagal protokolą: iš pradžių reikia palaižyt truputėlį druskos, o paskui – <i>pats svarbiausias</i> dalykas, – reikia <i>palaižyt pažastį</i> kokiai nors <i>gražiai meksikietei</i> : „Ei, panos, kuri iš jūsų nori būti <i>mūsų palaižyta</i> ?“	Vyrai aukščiau už moteris; vyrų dėmesio verta tik graži moteris	Bene pats vulgariausias moters traktavimas, pastarieji žodžiai skamba dviprasmiškai. Moteris vyrų kompanijoje tampa tarsi ritualo dalis, kviečiama pramogos dėlei.
<i>Zita iš Mažeikių</i>	Europos Sąjungai numaćius skirti finansinę paramą „skriaudžiamoms“ (stigmatizuojamoms) visuomenės socialinėms grupėms, į kovą už laisvę blondinėms ir piniginę paramą kyla <i>Zita iš Mažeikių</i> , politinės paramos atskubėjusi pas Seimo „blondinę“ – liberalę <i>Dalią Teišerskytę</i>	...ne taip tai yra tai, kad mes, nu tipo, <i>Lietuvos iškilios moterys</i> – aš, tu ten tipo, Jolanta Paulauskienė, Sabonienė bl..., Mikelkevičiūtė – mes visos, šita puokštė, tas <i>elito</i> buketas, vaikštom po vieną, ir visi, kas netingi, čiki piki, tūzina, įžeidinėja, žemina. Jiems ant mūsų nuspjaut – nu geriausiu atveju atsisėdus pažvengti... va čia veža. Aš tau kaip blondinė blondinei (tyliai šnabžda į ausį) – aš tų anekdotų, bl..., nu nesuprantu: Petras žvengia, o man visai nejuokinga. Seimo nariai dažnai pasakoja, juokiasi, o aš nesuprantu, nors aš esu <i>šviesiausia galva</i> Seime.	Blondinės ir liks blondinėmis	Žaismingas dialogas kuria daugiaprasmių tekstą, keliantį nuoširdų juoką: vieną momentą „sublizga“ „baltų plaukų“ Zitos logiškas samprotavimas, išsivystęs į pripažinimą, kad blondinės diskriminuojamos, ir maksimalus jų pasiekimas – tapti <i>Petro žmona</i> ar <i>Boso meiluže</i> ; kitą momentą ji praranda vertintojos iš šalies poziciją, ir pati tampa „blondiniškų“ anekdotų subjektu.
<i>Dalia Teišerskytė</i>		Blondinė būdama gali būti <i>maksimum Petro žmona</i> arba, pavyzdžiui, <i>Boso meiluže</i> . [...]		
<i>Zita iš Mažeikių</i>		Strasbūras – arčiau prie Europos ar Akropolio?		

Ragai – kryptingai vyrams specializuotas, bet ir universaliai neribotą auditoriją nukreiptas vyrų žurnalas, kurio koncepcija: veikiantis herojų duetas *Česlovas* ir *Bronius* pasižadėjo sau, kad ir jų garažą neižengs „depiliuota moters koja“. *Broniaus* teigimu, „bobos lenda visur – ir į kosmosą, ir į kelnes, ir iš viršaus“. Garažas yra vienintelė vieta, kuri priklauso jiems vieniems – vyrams.

Bedirbdami savo darbą, du meistrai spėja padiskutuoti svarbiausiais vyrams klausimais, nes mano esą visų gyvenime vykstančių reiškinų specialistai. Jie taip pat dalina savo patarimus žiūrovams, kartais pasikviesdami ir pagalbą daktarą *Šiknavicką*. Kai *Ragu* vedėjams atsibosta taisyti automobilius, jie, kaip kokie Pretendentai, ima gilintis ir kitų profesijų subtilybes. Svarbiausias dalykas – susirasti tinkamą, savęs vertą darbą: jie jau spėjo padirbėti socialiniais darbuotojais, padavėjais, pagyvenusio verslininko apsaugos darbuotojais, dalinosi vienu Vilniaus ir jo apylinkės išblaivintojo-narkologo etatu. Nors *Česlovas* ir *Bronius* vengia kontaktų su moterimis garažo teritorijoje, jie mielai dalina vyriškos lyties žiūrovams patarimus, kaip sėkmingai „pakabinti“ skirtingų profesijų „dailiosios lyties“ atstoves.

Ragai – juodo humoro laida, perėmusi *Radiošou* ir kitų buvusių A. Ramanausko ir R. Šapausko humoro laidų *Orbita*, *ZbTV* stilistiką. Kaip yra pasakęs *Orbitos* ir *ZbTV* prodiuseris R. Rickevičius, A. Ramanausko humoras – daugiasluoksnis: „Tie, kurie šiose laidose girdi tik keiksmožodžius ir mato tik nešvankų skeryčiojimąsi, pasižiūrėję pirmąsias laidas, be abejo, daugiau jų nenori žiūrėti“⁷⁶.

Turinio analizei, kaip ir kokie lyčių stereotipai įtvirtinami laidoje *Ragai*, pasirinktas laikotarpis nuo 2005 m. sausio 3 d. iki sausio 24 d. Nedidelė tyrimo imtis lyginant su *Dviračio šou* (*Ragai* – savaitinė laida) remiasi prielaida, kad laidos koncepcijos specifika, kuria įtvirtinta dominuojanti lyčių tematika, padidina galimybes laidoje rasti daugiau stereotipų nei kur kitur. Darbo tikslas – nustatyti, kokie pagrindiniai lyčių stereotipai čia „eksploatuojami“. *Ragai* ypatingi tuo, kad *Česlovas* ir *Bronius* ne tik žaidžia stereotipinėmis nuostatomis siekdami pralinksminėti žiūrovą, bet ir ieško galimų sprendimo būdų (aišku, komišku) ir tam tikrus auditorijai rūpestį keliančius klausimus, kurie irgi siejami su įvairiais lyčių stereotipais.

Turinio analizė pateikta žemiau esančioje lentelėje: suformuluoti pagrindiniai lyčių stereotipai, pateiktos situacijos, kurios juos įtvirtina, ir sprendimo būdai, kaip kovoti su negatyviomis reikšmėmis (jei juos pristatė laidos vedėjai).

⁷⁶ MIČIULIS, Virginijus. Juokinti – ne juokų darbas: žvilgsnis į Lietuvos televizijų humoro laidas. *TV antena*, 2002 01 19-25, nr. 3.

Lyčių stereotipai

3 lentelė

Nr.	Palaikomi stereotipai	Situacijos	Sprendimo būdai
1.	Vyrams labai rūpi jų lytinė potencija	Korespondencijos „rubrikoje“ studentas iš Jonavos teiraujasi, ką daryti vyrui, kuris negali nusišlapinti tiesiai į puoduką per tam tikrą distanciją, o tablečių šiai problemai išspręsti neturi. <i>Urologas Šiknavickas</i> (A.Ramanauskas), pabrėždamas, kad su panašiomis problemomis susiduria beveik kiekvienas vyras, pristato savo seną pacientą <i>Česlovą</i> (R.Šapauskas), kuriam diagnozuoti užesiai sėklidėse, tačiau yra susigyvenęs su šia „liga“ ir puikiausiai pataiko į puoduką – tiesiog <i>inkstų atrabotkės Puškinas</i> (sausio 3 d.).	<i>Urologas Šiknavickas</i> pateikia ir sprendimą ne tokiems talentingiems kaip <i>Česlovas</i> – pristumti arčiau puoduką.
2.	Santykiuose su moterimis vyrams pirmiausia rūpi fizinis kontaktas	Nuolatinis laidos žiūrovas Algirdas iš Vilniaus teiraujasi, kas tai yra moterų taškas G ir kaip jį surasti (sausio 3 d.). „Moterų kabinimo pamokėlėse“ A.Ramanausko herojus <i>rusų tautybės naujajietuvis</i> pataria vyrams, siekiantiems <i>seselių</i> palankumo, būti vyrais iki galo ir sušokti patinėlio šokį parodant savo privalumus ir gabaritus. Tačiau vien to neužtenka – jos mačiusios ir didesnių (sausio 10 d.). Kitas laidos herojus (stebėtinai panašus į <i>Budulį</i>) sporto skyrelyje „Sportiniai šokiai – parketo karalienė“ perša nuomonę, kad lėtas šokis daug naudingesnis vyrui – nei suprakaituos, o ir bobikę gali „pagraibyti“ (sausio 24 d.).	<i>Bronius</i> (A.Ramanauskas) siūlo paimti vidutinio dydžio moteriškę ir ilgėlesnį laiką maigyti, kol ji pradės leisti garsus <i>Aaaa</i> ir taip pagal abėcėlę iki <i>Gggg</i> .
3.	Vyrų kojos, gražiai tariant, nekvepia	Vienas laiško „Ragu“ vedėjams autorius klausia, ką daryti – smirda jo kojines (sausio 10 d.). Ištikimas laidos gerbėjas Arvydas laiške rašo dažnai vaikštantis po rasotas pievas, ir batai	<i>Česlovas</i> pateikia 3 sprendimo būdus: a) plauti kojas; b) keisti ir plauti kojines; c) naudoti celofaninius maišelius, tačiau tuomet kojos „nekvėpuoja“ ir atsiranda grėsmė. Čia pat <i>Bronius</i> pademonstruoja šią grėsmę – į kreivabūdės panašius išsikerojusius grybus tarpupirščiuose – bei pasiūlo nusiskinti kolegai. Laidos vedėjai ir čia randa išeitį: pasak jų,

		nuolat šlapi bei klausia, kaip juos išdžiovinti bei atsikratyti nemalonaus kvapo (sausio 24 d.).	drėgmę sugeria bulvės, todėl jas reikia smulkiai pritarkuoti į batus ir padėti ant įkaitintos gruzdintuvės – po trumpo kulinarinio proceso jie kvepės senos babytės kugeliu.
4.	Vyrų higienos įpročiai - minimalūs	„Moterų kabinimo pamokėlėse“ <i>rusų tautybės naujalietuvis</i> pataria vyrams, siekiantiems <i>bibliotekininkų</i> palankumo, atkreipti dėmesį į savo aborigeniškus kūno higienos įpročius ir „gaivų“ srėbtuvės kvapą (sausio 3 d.). Tas pats Algirdas teiraujasi, kam reikalingas „apipjaustymas“, kurį praktikuoja 60 proc. Amerikos vyrų (sausio 10 d.).	<i>Bronius</i> paaiškina nenuovokiam laiško autoriui, kad šis aktas reiškia švarą ir tvarką, ir šį „apsivalymo“ procesą iliustruoja valgomąja „sasyska“.
5.	Vyrai – agresyvūs peštukai	Tą demonstruoja ir patys <i>Česlovas</i> su <i>Broniumi</i> , draugiškai agresyvia forma kartis nuo karto apsižodžiuojantys ar apsikumščiuojantys. Prašomi garažą užplūdusių laiškų autorių, „Ragų“ vedėjai vaizdžiai demonstruoja, kaip atsikratyti fanaro (sausio 17 d.).	<i>Bronius</i> siūlo 3 būdus: a) ištaisyti simetriją ir duot per antrą žandą (tą ir padaro); b) „vartoti“ akinius ar Kutuzovo raištį; c) fanarą užteplioti kėbulo dažais.
6.	Be vyrų moterys neišsiverstų	Taip mano laidos vedėjai, garaže sulaukę gražios viešnios bei paprašyti užvesti jos netoliese esantį automobilį. Jam nutolus, savimi besididžiuodami meistrai nusprendžia, kad „be mūsų vyrų – bobos nė iš vietos“ (sausio 17 d.). „Moterų kabinimo pamokėlėse“ <i>rusų tautybės naujalietuvis</i> tiems, kurie vis dėlto užsimanė užkariauti <i>mis Lietuvos</i> širdį, pataria rinktis senesnio nei 2000 m. modelio gražuolę, kadangi „naujesnės“, kaip ir automobiliai, sunkiai įkandamos. Tačiau moterų ekspertas nuramina pradėjusias liūdėti vyrų širdis: „Ir 1983 m. modelis geroje rankose daro tikrus stebuklus“ (sausio 17 d.).	
7.	Vyrų idealas – daili blondinė	Apie tokį moters idealą sentimentalumo akimirką prasitaria <i>Bronius</i> , arčiau nei <i>Česlovas</i> ginantis garažą nuo „depiliuotos moters kojos“.	

		(sausio 24 d.).	
8.	Tikras vyras pinigus užsidirba	Ši tvirta nuostata <i>Česlovo</i> ir <i>Broniaus</i> neapleidžia visą laiką – neapsikentę nepakenčiamų darbo sąlygų garaže, draugai nuolat varsto Darbo biržos duris, ieškodami tinkamo darbo bei grubiai auklėdami kitus bedarbius, kaulijančius iš biržos pašalpu.	

IŠVADOS

Lyčių raiškos galimybės televizijoje yra didesnės nei iš pradžių manyta. Jos veikla pagrįsta žiūrovų iškeitimu į reklamos pelną, todėl galima pagrįstai teigti, kad auditorija yra jos veiklos struktūrą ir politiką organizuojantysis principas ir pagrindinis taikynys, į kurį nukreiptos visos televizijos pastangos. Pagrindinis jos tikslas – pasiekti kuo didesnę heterogeninę auditoriją ir išsiugdyti jos lojalumą. Televizija, organizuodama savo veiklą, turi atsižvelgti į skirtingus moterų ir vyrų auditorijos žiūrėjimo įpročius, pomėgius ir galimybes, todėl žiūrovo lytis atlieka svarbų vaidmenį kuriant TV laidų koncepcijas, programavimo strategijas ir pranešimų turinio semantiką, parenkant temų sąrašus, sudarant programos tinklėlį, konstruojant žanrų sistemą. Skirstymas į *moteriška* ir *vyrishka* yra būdinga žanriniam naratyvui ir makrožanrams, programoms klasifikuojant jas pagal tematiką, tikrovės ir išmonės santykį, laidoms – pagal temų sąrašą ir paskirtį. Televizija vyro ir moters pasaulį atskiria vadovaudamasi tradiciniu lyties supratimu bei dar labiau įtvirtina abiem lyties poliems priskiriamų skirtingų „interesų zonų“ egzistavimą. Kitaip nei laidų vedėjams, autorines laidas vedančioms moterims taikomi griežtesni (dvigubi) įvaizdžio standartai, remiamasi pirmiausia grožio/išvaizdos/proporcijų, o ne profesionalumo kriterijumi.

Televizija atlieka svarbų vaidmenį reprezentuojant, kuriant ir palaikant lyčių stereotipus. Nacionalinių televizijų programose dominuojančios moters kaip žmonos, motinos ar aukos socialinės reikšmės gerokai nusveria alternatyvų *moters-lyderės* įvaizdį. Pastebėta, kad moterų vaizdiniai yra labiau suvaržyti stereotipinių nuostatų nei vyrų ir turi daugiau neigiamų konotacijų. Ypač ryškiai demonstruojamas „nedalus“ moters ir privačios sferos-namų aplinkos-buitinių rūpesčių derinys.

Humoro laidose kaip priemonė pasišaipyti iš tam tikrų socialinių negerovių/ydų/grupių naudojami lyčių stereotipai tampa taikiniu saviironiškai pažvelgti į sustabarėjusius lyčių socialinius vaidmenis, demitologizuoti jų reikšmę, tačiau kartais juokiamasi per daug ir iš moterų – labiau.

Televizijoje kuriamų moteriškumo ir vyriškumo reikšmių paradigma lyginant su išvystyta lyties ir seksualumo samprata feminizmo teorijoje yra gana statiška ir reprezentuoja dominuojančią normatyvinio vyriškumo ideologiją. TV laidose sutinkama nemažai naujų moteriškumo formų ir *feminizuotų* vyrų įvaizdžių, tačiau jie neatrodo grasinantys, greičiau toleruojami tradicinės lyčių vaidmenų sampratos.

BIBLIOGRAFIJOS SĄRAŠAS

- ADORNO, Theodor; ir HORKHEIMER, Max. The culture industry: enlightenment as mass deception. Iš *The Cultural Studies Reader*. Edited by Simon During. London: Routledge, 1993, p. 29-43.
- AIDIS, Rūta. Moterų verslininkų problemos. Iš *Moterys: tapatumo paieškos*: Straipsnių rinkinys. Vilnius: Lietuvos filosofijos ir sociologijos institutas; Moterų informacijos centras, 1999, p. 58-73.
- BERGER, Peter L.; ir LUCKMANN, Thomas. *Socialinis tikrovės konstravimas*. Vilnius: Pradai, 1999, 268 p. ISBN 9986-943-48-5.
- BIELINIS, Lauras. „Akvariumo“ principas televizijoje ir politikoje arba apie telegeniškai modifikuotą politiką. *Kultūros barai*, 2002, Nr. 11.
- CAPUTI, Jane. Everyday pornography. Iš *Gender, Race and Class in Media: A Text-Reader*. Edited by Gail Dines, Jean M. Humez. 2nd ed. Sage Publications, 2003, p. 434-450.
- COLTRANE, Scott. Theorizing Masculinities in Contemporary Social Science. Iš *Theorizing Masculinities*. Edited by H. Brod, M. Kaufman. USA, 1994, p. 39-60.
- COPE, Benjamin. Lytis ir populiarioji kultūra kartu su Deleuze'u ir Guattari. *Lytis, medijos, masinė kultūra*: Vilniaus dailės akademijos darbai. Vilnius: Vilniaus dailės akademijos leidykla; Lygių galimybių plėtros centras, 2005, t. 37, p. 39-48.
- DAHLGREN, Peter. Mediating democracy. Iš DAHLGREN, Peter. *Television and the Public Sphere: Citizenship, Democracy and the Media*. London: Sage, 1997, p. 1-23.
- DROBLYTĖ, Patricija. Lyties tapatybės problema feminizmo teorijoje: tarp postmodernizmo ir socialinės kritikos. Iš *Moterys: tapatumo paieškos*: Straipsnių rinkinys. Vilnius: Lietuvos filosofijos ir sociologijos institutas; Moterų informacijos centras, 1999, p. 24-33.
- DYER, Richard. Stereotyping. Iš *The Columbia Reader on Lesbians & Gay Men in Media, Society and Politics*. p. 297-301.

- Europos mentaliteto istorija*. Sudarytojas Peter Dinzlacher. Vilnius: Aidai, 1998, 589 p. ISBN 9986-590-71-X.
- FISKE, John. *Įvadas į komunikacijos studijas*. Vilnius: Baltos lankos, 1998, 239 p. ISBN 9986-861-60-8.
- FISKE, John. *Television Culture*. London; New York: Routledge, 1987, 353 p. ISBN 0-415-03934-7.
- FLAX, Jane. Postmodernizmas ir lyčių santykiai feministinėje teorijoje. Iš *Feminizmo ekskursai: Moters samprata nuo Antikos iki Postmodernizmo*. Antologija. Sudarė Karla Gruodis. Vilnius: Pradai, 1995, p. 460-487.
- Feminisms: A Reader*. Edited and Introduced by Maggie Humm. Harvester Wheatsheaf, 1992.
- GAUNTLETT, David. *Media, Gender and Identity*. London; New York: Routledge, 2002, 278 p. ISBN 0-415-18960-8.
- GERMANAVIČIŪTĖ, Jolanta. Moters įvaizdžio kategorijų raiška Lietuvos dienraščiuose. *Klėja*, 2003, nr. 6.
- GRUODIS, Karla. Įvadas. Iš *Feminizmo ekskursai: Moters samprata nuo Antikos iki Postmodernizmo*. Antologija. Sudarė K. Gruodis. Vilnius: Pradai, 1995, p. 3-43.
- HALBERSTAM, Judith. An Introduction to Female Masculinity: Masculinity without Men. Iš *The Masculinity Studies Reader*. p. 355-374.
- HALKIN, Talya. Between satire and entertainment. *The Jerusalem Post*, 2004 10 12.
- HAYWARD, Jennifer. Consuming Pleasures: Active Audiences and Soap Opera. Iš *Gender, Race and Class in Media: A Text-Reader*. Edited by Gail Dines, Jean M. Humez. 2nd ed., Sage Publications, 2003, p. 507-521.
- JANKAUSKAITĖ, Margarita. Moteriškumo erdvės dimensijos. Iš *Moterys: tapatumo paieškos*: Straipsnių rinkinys. Vilnius: Lietuvos filosofijos ir sociologijos institutas; Moterų informacijos centras, 1999, p. 9-21.

JANKAUSKAITĖ, Margarita. Moterų (ne)representacija masinės kultūros vaizdiniuose. *Sociologija. Mintis ir veiksmai*, 2004, nr. 3 [teminis], p. 52-64.

KAVOLIS, Vytautas. *Kultūrinė psichologija*. Vilnius, 1995.

KOIVUNEN, Ane. Priespauda. *Sprendžiamieji žodžiai: 10 žingsnių feminizmo link*. Vilnius, 1998.

KREIVYTĖ, Laima. Ji/s: kreivi įvaizdžiai populiariojoje erdvėje. *Lytys, medijos, masinė kultūra: Vilniaus dailės akademijos darbai*. Vilnius: Vilniaus dailės akademijos leidykla; Lygių galimybių plėtros centras, 2005, t. 37, p. 115-124.

KUBLICKIENĖ, Lilija. Šiuolaikinių lyties stereotipų sąlygotas maskuliniškas diskursas. Iš *Feminizmas, visuomenė, literatūra: straipsnių rinkinys*. 2000.

LILJESTRÖM, Marianne. Lyčių sistema. Iš *Sprendžiamieji žodžiai: 10 žingsnių feminizmo link*. Vilnius, 1998, p. 97-117.

MARCINKEVIČIENĖ, Dalia.; ir MASLAUSKAITĖ, Aušra. Moters paveikslas Lietuvos dienraščiuose ir televizijoje. *Klėja*, nr. 3.

MARCINKEVIČIENĖ, Dalia.; ir PRASPALIAUSIENĖ, Rima. Moters įvaizdžio transformacija moterų spaudoje 1975-1997 m. Iš *Feminizmas, visuomenė, literatūra: straipsnių rinkinys*. 1999.

MARSHMENT, Margaret. The Picture is Political: Representation of Women in Contemporary Popular Culture. Iš *Introducing Women's Studies*. Edited by Victoria Robinson, Diane Richardson. 2nd ed. New York: New York University Press, 1997, p. 125-151.

MASLAUSKAITĖ, Aušra. Moterų ir vyrų santykiai 1990-2000 m. moterų spaudoje. Iš *Feminizmas, visuomenė, kultūra: straipsnių rinkinys*. 2001.

MATKEVIČIENĖ, Renata. Lyčių socialinių stereotipų formavimas Lietuvos televizijų laidose. *Informacijos mokslai*, 2003, t. 25.

- MIČIULIS, Virginijus. Juokinti – ne juokų darbas: žvilgsnis į Lietuvos televizijų humoro laidas. *TV antena*, 2002 01 19-25, nr. 3.
- MIČIULIS, Virginijus. Politikų ir jų antrininkų kaktomuša. *TV antena*, 2003 05 17-23, nr. 20.
- MIČIULIS, Virginijus. Žinomi žmonės – televizijos žabangose. *TV antena*, 2002 03 09-15, nr. 10.
- Moters ir vyro įvaizdžiai bei santykiai spaudoje. Iš *Lyčių lygybės aspektas* [interaktyvus]. Vilnius, 2003. Prieiga per internetą: <<http://www.lygus.lt/gm/admin/files/TyrimoAtaskaitaLytySuTuriniu.doc>>
- MULVEY, Laura. Vizualinis malonumas ir pasakojamasis kinas. Iš *Feminizmo ekskursai: Moters samprata nuo Antikos iki Postmodernizmo*. Antologija. Sudarė Karla Gruodis. Vilnius: Pradai, 1995, p. 344-363.
- PARULSKIS, Sigitas. Trumpas juoko įvadas. *Veidas*, 2002 09 19, nr. 38.
- PAVILIONIENĖ, Marija Aušrinė. Nemoteriškumo baimė. Iš *Feminizmas, visuomenė, kultūra: straipsnių rinkinys*. 2000
- PEARSON, Judy C.; TURNER, Lynn H.; ir TODD-MANCILLAS, Williams. *Gender and Communication*. 2nd ed. Dubuque, IA: Wm. C. Brown, 1991, 301 p. ISBN 0-69703021-0.
- PEČIULIS, Žygintas. *Televizija: istorija, teorija, technologija, žurnalistika*. Vilnius: LRT Leidybos centras, 1997.
- PEČIULIS, Žygintas. Žanrinis ir struktūrinis televizijos reportažo polifoniškumas. *Tiltai*, 2004, nr. 4, p. 131-137.
- PEČIULIS, Žygintas. Televizijos interviu žanro tipologijos problemos. *Tiltai*, 2004, nr. 3, p. 117-124.
- PEČIULIS, Žygintas. Televizijų transformacijos procesas: technologinis ir komunikacinis aspektai. *Knygotyra*, 2005, t. 45, p. 155-167.
- PEČIULIS, Žygintas. Realybės fenomenas televizijoje: visuomenės transformacijų atspindžiai. *Informacijos mokslai*, 2005, t. 32, p. 64-73.

- PEČIULIS, Žygintas. Klasikinės ir moderniosios televizijos programavimo technikos. *Informacijos mokslai*, 2004, t. 29, p. 58-69.
- PEČIULIS, Žygintas. Televizijos žanrų klasifikavimo principai. *Informacijos mokslai*, 2004, t. 31, p. 185-197.
- PEČIULIS, Žygintas. Audiovizualinė žiniasklaida komunikacijos technologijų raidos kontekste. *Informacijos mokslai*, 2003, t. 25, p. 44-56.
- PETERS, John D. Distrust of representation: Habermas on the public sphere. *Media, Culture and Society*, 1993, vol. 15, p. 541-571.
- PURVANECKAS, Andrius; ir PURVANECKIENĖ, Giedrė. *Moteris Lietuvos visuomenėje: Palyginamoji tyrimų analizė*. Vilnius: Danielius, 2001, 147 p. ISBN 9955-476-05-2.
- RADWAY, Janice A. Women Read the Romance: The Interaction of Text and Context. Iš *Gender, Race and Class in Media: A Text-Reader*. Edited by Gail Dines, Jean M. Humez. 2nd ed., Sage Publications, 2003, p. 67-78.
- RAPPING, Elayne. *Media-tions: forays into the culture and gender wars*. Boston: South End Press, 1994., 287 p. ISBN 0-89608-479-5.
- REINGARDIENĖ, Jolanta. Lyčių santykiai. Iš *Sociologija*. Sudarytojas doc. dr. V. Leonavičius. Kaunas: Vytauto Didžiojo universitetas, 2003, p. 119-135.
- RINKEVIČIŪTĖ, Daiva. Politikė ir herojė – it dvynės. *TV antena*, 2004 06 26-07 02, nr. 26.
- SALIH, Sara. *Judith Butler*. London; New York: Routledge, 2002.
- SZIROM, Tricia. *Teaching Gender?: Sex Education and Sexual Stereotypes*. Australia: Allen&Unwin, 1988.

ŠATŪNAITĖ, Gabija. Moters įvaizdžio bruožai žiniasklaidoje. Iš *Moterys: tapatumo paieškos: Straipsnių rinkinys*. Vilnius: Lietuvos filosofijos ir sociologijos institutas; Moterų informacijos centras, 1999, p. 94-103.

Tarptautinių žodžių žodynas. Ats. red. V. Kvietkauskas. Vilnius: Vyriausioji enciklopedijų redakcija, 1985, 528 p.

TEREŠKINAS, Artūras. *Vyrai, vyriškumo formos ir maskulinizmo politika šiuolaikinėje Lietuvoje*. Vilnius: Vilniaus universiteto Lyčių studijų centras, 2004, 47 p. ISBN 9955-611-03-0.

TEREŠKINAS, Artūras. *Queer teorija, queer žvilgsnis ir vyriškas kūnas: nuo Jeano Genet iki Dereko Jarmano. Lytys, medijos, masinė kultūra: Vilniaus dailės akademijos darbai*. Vilnius: Vilniaus dailės akademijos leidykla; Lygių galimybių plėtros centras, 2005, t. 37, p. 75-86.

TEREŠKINAS, Artūras. „Vyriška“ televizija: žanrai, galios, pornografizmai. *Lytys, medijos, masinė kultūra: Vilniaus dailės akademijos darbai*. Vilnius: Vilniaus dailės akademijos leidykla; Lygių galimybių plėtros centras, 2005, t. 37, p. 101-113.

TEREŠKINAS, Artūras. Kaip dėvėti savo kūną: vyriškumo normos šiuolaikinės Lietuvos masinės komunikacijos priemonėse. Iš TEREŠKINAS, Artūras. *Kūno žymės: seksualumas, identitetas, erdvė Lietuvos kultūroje*. Vilnius: Baltos lankos, 2001, p. 93-106.

The Polity Reader in Gender Studies. Polity Press. 1994.

The Social Science Encyclopedia. Edited by Adam Kuper and Jessica Kuper. 3rd ed. New York, 2004, vol. 2.

To be continued...Soap operas around the world. Edited by Robert C. Allen. London; New York: Routledge, 1995.

TRINKŪNIENĖ, Inija; ir TRINKŪNAS, Jonas. Patriarchalizmo apraiškos lietuviškoje tradicijoje. Iš *Moterys: tapatumo paieškos: Straipsnių rinkinys*. Vilnius: Lietuvos filosofijos ir sociologijos institutas; Moterų informacijos centras, 1999, p. 36-47.

TUREIKYTĖ, Danutė. Lietuvos moterys: subjektyvus padėties visuomenėje vertinimas. Iš *Moterys: tapatumo paieškos*: Straipsnių rinkinys. Vilnius: Lietuvos filosofijos ir sociologijos institutas; Moterų informacijos centras, 1999, p. 76-85.

Viešoji politika lyčių lygybės aspektu: teminis straipsnių rinkinys. Vilnius: Mykolo Romerio universitetas, 2005, 149 p. ISBN 9955-563-99-0.

Vyriškų vaidmenų krizė Lietuvoje (projektas) [interaktyvus]. Vilnius, 2002. Prieiga per internetą: <<http://www.politika.osf.lt/eurointegracija/santraukos/VyriškuVaidmenuKrizėLietuvoje.htm>>.

WOBER, Mallory J.; ir GUNTER, Barrie. *Television and social control*. New York: St. Martin's Press Inc, 1988, 280 p. ISBN 0-312-01305-1.

Women's Studies: Essential Readings. Edited by Stevi Jackson, Karen Atkinson, Deirdre Beddoe, Teri Brewer, etc. New York: University Press, 1993.

[žiūrėta 2005 m. spalio 16 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.muziejai.lt/vilnius/signataruose_sepa.htm>.

[žiūrėta 2005 m. lapkričio 14 d.]. Prieiga per internetą: <<http://ualgiman.dtiltas.lt/literatura.html>>.

[žiūrėta 2005 m. lapkričio 22 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.rasyk.lt/index.php/fuseaction,writers.view;id,18>>.

ŽUKAUSKAITĖ, Audronė. Kūnas ir technologijos. *Lytys, medijos, masinė kultūra*: Vilniaus dailės akademijos darbai. Vilnius: Vilniaus dailės akademijos leidykla; Lygių galimybių plėtros centras, 2005, t. 37, p. 29-37.

Žurnalistikos enciklopedija. Sud. Burneikienė G., Dirvonaitė D., Urbonas V. Vilnius: Pradai, 1997.

EXPRESSION OF GENDER ON TELEVISION: ALTERNATION IN PERCEPTION OF MASCULINITY AND FEMININITY

Dalia Nakutyté

Summary

The final thesis *subject* – expression of gender on television; the *goal* – to analyse the means and tendencies of gender's expression on TV. The fundamental *tasks*, raised in this work, are as follow: to investigate gender related problems in a theory of feminism; to examine predominant gender stereotypes in mass culture; to divide TV programs and (macro)genres on the basis of gender difference; to investigate the meanings of femininity and masculinity that are getting established by show hosts; to analyse the tendencies of a gender portrayal in humorous TV programs.

Using analysis and synthesis of logic, systematization as well as comparative, review and qualitative content analysis methods, one comes to a conclusion, that the paradigm of originating meanings of femininity and masculinity on television, compared to developed conception of gender and sexuality in a feminist theory, is mere static and represents the dominating ideology of normative masculinity. One can meet considerable amount of new femininity forms and feminized images of men, however they do not seem threatening, but rather tolerated by the traditional perception of gender roles. The dominating social meanings of a woman as a wife, a mother or a victim on national television programs outweigh the alternative image of a *woman-leader*. It is noticed, that the images of women are more constrained by stereotypical provisions than the ones of men and have more negative connotations. Demonstration of the “indivisible” combination of a *woman* and a *private space-household surroundings-daily worries* is especially distinct.

Television plays a significant role representing, creating and maintaining gender stereotypes. Stereotypes in humorous shows, used as a means to mock at certain social maladies/flaws/groups, laugh at men too, but more so at women. It is stated, that the possibilities of gender expression on television are bigger than it was thought to be in the beginning. Orientation to a wider audience, ensuring its growth first of all by the principle of heterogeneity, caused the specification of TV genres. Allocation to *feminine* and *masculine* is characteristic to genre narrative and macro-genres; the same tendency is evident in programs, classified by their subjects, reality-trick relationship, and shows, divided by the list and purpose of themes. Women who host their own shows are given more severe (double) image standards than men hosts, focusing primarily on the criteria of beauty/looks/proportions rather than on the one of professionalism.