

УДК 305-048.62:[316.72:141.78]

DOI <https://doi.org/10.32837/apfs.v0i36.1115>*Н. О. Новокшонова*ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0289-1455>*аспірантка кафедри філології та перекладу**Українського державного університету науки і технологій*

ТРАНСФОРМАЦІЇ ГЕНДЕРНИХ МІФОЛОГЕМ У ЇХНІЙ ВЗАЄМОДІЇ З МЕДІЙНИМ ПРОСТОРОМ МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ ПОСТПОСТМОДЕРНУ

Постановка проблеми. Гендерні міфологеми в умовах радикальних змін практично всіх сфер життя звичайної людини в постпостсучасності початку XXI століття, зазнаючи трансформацій постпарадигмального характеру, потребують аналізу великого кола соціокультурних, економічних, політичних проблем, пов'язаних з відтворенням та функціонуванням гендерних відносин в умовах «невизначеностей» і «нерозгадностей» світу постпостмодерну. Гендерні стереотипи як приклад патріархальної простоти зводяться, як відомо, до класичного міфу первородства чоловіка та природного призначення жінки. Сьогодні гендерні стереотипи як частина певного стандарту, безумовно, спираються на ліберальні міфологеми постіндустріального суспільства, міфологему громадянського суспільства як суспільства паритетної демократії. Проте зрозуміти, наскільки значущі та правомірні новонабуті гендерні соціальні ролі, неможливо без залучення проблемних полів символічного та міфологічного, оскільки саме в надрах міфопоетичної свідомості формуються системи розрізнявальних ознак гендера/гендерів. Безперечно, міф завжди був стійким, міфологеми також виявляють певну стабільність. З іншого боку, дискурс та нарратив завжди були й продовжують перебувати в розвитку. Сьогодні все складніше визначити значення стандарту в цілому, тим більше гендерного стандарту. Дослідники відзначають: «З'яюча порожнява тепер відкрилася там, де раніше був центр, що тримав світ і всі його частини на місці» [1, с. 209]. Універсалізм у визначенні маскулітного та фемінінного як гасло втратив свою привабливість, гендерне розмаїття зробило ідентичності занадто неясними, нематеріальними; єдність як збирається (#Me Too), так і розділяється (кількість гендерів та їхні відмінності). Індивід «процесуально повернутий» у бік соціокультурного міфологічного простору. Як пише Е. Вінер, міф виконує соціалізацію індивіда в найбільш інтимній сфері, і в такому разі те соціальне, що передається міфом, стає індивідуальним. Однак відзначити це означало б акцентувати лише одну з характеристик соціалізації людини за допомогою міфів і міфологем. Міфи, за Вінером, допомагають розділити не стільки тактичні, скільки стратегічні завдання суспільства: поволі перетво-

рюючи внутрішній світ людини, вони потенційно готують його до потрібного для ідеологів функціонування того чи іншого суспільства [2]. Дуже важливо те, що соціалізація традиційних концептів та міфологем відбувається в полі масової культури: останнє створює серйозні виклики як для професіоналів, так і для індивідів – суб'єктів та об'єктів історичного процесу, які, перебуваючи в різних соціокультурних позиціях, розуміють, що внаслідок того чи іншого маскультурного нарративу вони «мають» думати по-іншому і рефлексувати інакше, щоб мати певне бачення завтрашнього дня. У хаосі постмодерністських інтерпретацій значну роль відіграє «герменевтичне розуміння» того, що «інтерпретація» дуже короткочасна, немає аксіом, є тільки «нове прочитання» (що б це означало). За всієї уявної непохитності базових людських цінностей інтерпретація руйнує їх «природним способом» – через маскультове насадження певних дискурсів, нарративів та міфів, що сьогодні значною мірою стосується гендеру та загалом гендерних відносин [3]. Як відомо, «нова» ідеологія постмодернізму полягає в тому, що все і є ідеологія. Створення та просування «обмежених» нарративів останнім часом стає одним з найефективніших ідеологічних каналів. У постсучасному суспільстві наших днів особливу роль у створенні та відтворенні подібних нарративів відіграють ЗМІ загалом і масмедіа в просторі Інтернету, зокрема. Топжурналісти, блогери, тиктокери зрештою визначають емоційні, інформаційні та світоглядні «голоси» своїх адресатів – насамперед це, звичайно, молодь. У суспільстві пізнього капіталізму взагалі не може бути «єдиної історії»: існує стільки нарративів, скільки груп, які їх розглядають. Проте, що дуже важливо, у цьому контексті культурне, історичне та філософське домінування певних нарративів все одно залишається валідним, незважаючи на відмову від метанаративів. Постмодерна ідеологія у своєму новому постпостмодерному концептуальному полі виявляє певну тенденцію: скоротити кількість локальних історій, зменшити масштаб політичного розмаїття і «обмежених» нарративів.

Мета статті: дослідити тенденції у змінах гендерних міфологем та їх інтерпретацій у контексті західної масової культури постпостсучасного суспільства.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Проблема зв'язку гендерних стереотипів з домінуючими й маргінальними наративами й міфами завжди цікавила вчених (Б. Фрідан, П. Бур'є, Д. Таннен, К. Палья та ін.). У феміністській критиці також приділялася й приділяється понині значна увага впливу культури на трансформацію гендерних стереотипів, як правило, з опорою на психоаналітичні концепції З. Фрейда, К. Юнга, Дж. Мітчелл, Н. Чедороу, Е. Мольтманн-Венделя, К. Хорні та ін. Проблеми гендерних стереотипів у їхньому зв'язку з досвідом самоідентифікації класично точно розроблялися у філософській думці «французької школи» (Ю. Крістева, Л. Ірігаре, М. Віттіг, Е. Сіксу та ін.). Дослідження останніх років демонструють, що перспективи «гендерних очікувань» зазвичай варіюються в різних культурах. Медіа-образи гендерних ідентичностей репрезентують основні моделі та патерни, які пов'язані з культурою, яку вони представляють, і одночасно впливають на сприйняття стереотипних гендерних очікувань у свідомості як акторів, так і об'єктів. У руслі нових підходів до цієї проблеми слід особливо відзначити фундаментальну працю «Гендер та диверсифікація репрезентацій у масмедіа», до якої увійшли роботи багатьох провідних дослідників початку XXI століття. Гендерні соціальні образи аналізуються авторами у відносинах з культурним розмаїттям; при цьому стверджується, що вони є індикаторами стереотипів специфічних гендерів або гендерних ідентичностей «всередині» специфічної культури, у цьому випадку – культур Туреччини, Пакистану, Сінгапуру [4]. Таким чином, наративні й дискурсивні практики розглядаються дослідниками, як і півстоліття тому, у перевагах локального способу знання і його відтворення, в акцентуалізації важливості заміни метанаративів «малими» наративами.

Також цікаві прийоми до розгляду цієї теми демонструє робота К. Сміта «Ефект Ахілла: чому попкультура вчить хлопчиків у питанні маскулінності». Автор підкреслює, що попкультура, яка оточує хлопчиків, уводить їх у світ, де, як і раніше, особливо шанують такі традиційні маскулінні риси, як жорстокість, агресія, стоїцизм; у такому світі жіночий вплив за класичним визначенням має бути повністю відсутнім. У контексті ключового впливу візуалізації в постпостсучасності автор фокусує свій аналіз на різноманітності TV-шоу, фільмах та серіалах, комп'ютерних іграх, рекламних проектах, акцентуючи теми негативних образів батьків, розриву зв'язків «син – мати» і загалом знецінення фемінінності [5].

Акцентуалізація «старої» теми з новими прийомами та підходами до аналізу яскраво продемонстрована в дослідженні Е. Міхен «Секс та гроші: фемінізм та політична економіка в медіа». Е. Міхен, традиційно визначаючи проблему в полі

сексу та грошей, показує, як організовані медіа, як вони працюють, що говориться, хто говорить і кому адресовані звернення. Переконаливо та цікаво дослідниця показує, що питання гендеру та економіки в західному суспільстві, як і раніше, пов'язані з питаннями влади. По суті, нічого не змінюється, незважаючи на всі запевнення у зворотному. Інтегруючи політичну економіку у фемінізм, книга пропонує нове розуміння на особистому, інституційному та структуральному рівнях, при цьому викриваючи ті тонкі способи та складні шляхи, за допомогою яких масмедіа впроваджують секс та гроші у свідомість «звичайних людей» у досвіді їхнього щоденного життя [6].

Що стосується гендерних міфологем, то, на загальну думку вчених, останні десятиліття найбільш яскраво репрезентують два образи – це «ікони» кінця XX та початку XXI ст. Мадонна та Леді Гага. Мадонна – «кібердівчина» постмодерних 90-х з її мускулистим тілом та обличчям «identikit» («фоторобота») апропріювала стільки образів (М. Монро, М. Дітріх, Л. Беколл тощо), що здобула титул «Королева апропріації». До того ж, репрезентувавши себе як порнооб'єкт з «багатоцільовими» якостями, садомазохістськими рисами (її книга «Sex»), вона затвердила таким чином себе в ролі «кібермоделі», або нової жінки [7].

Леді Гага – це не просто символ нашого часу, це новий напрямок у феміністській теорії – «Gaga feminism» [8], як і та суміш культур, яка продукувала її. Леді Гага відкидає «просту логіку» та загалом якісь «пояснення». Її образ, її міфологема – це радикальний опір будь-якій категоризації, політика абсолютно вільної форми і повної імпровізації. Фемінізм, за Леді Гага, визнає, що світ породжує корупцію, шахрайство, брехню, тобто «окупається» лише «безчестя» (зауважимо пряму референцію із сонетом № 66 У. Шекспіра). І тому єдиний спосіб стати «над» угодою – це «віднімати» у багатих, підривати релігію та пригнічувати мораль [8, р. 147].

Мета Леді Гаги як останнього найяскравішого міфообразу на медійному просторі – стати свого роду новим видом гендерної політики для нового покоління Z, покоління, яке слабко пов'язане з романтикою «постійності», наприклад у шлюбі, але значно сильніше пов'язане з потенціалом «гнучкості» (у формі бажання, наприклад), більше спрямоване на фіксацію владних відносин (пізній капіталізм, неолібералізм) і зовсім не схильне до «кушівлі» зруйнованих ідеологій «американської мрії» та респектабельності. По суті, це і є ті нові міфологеми XXI ст., які виявляють стабільні тенденції розвитку та поглиблення.

Методи дослідження. У ході аналізу використано принципи системного підходу до історико-філософського процесу з акцентуалізацією уваги на особливостях рефлексивного відображення

«міфічного» у гендерних концепціях, дискурсах та наративах масової культури останніх десятиліть. Оскільки вироблення певних міфологем є частиною екзистенціальної проблеми, – у міфологічному плані підходи екзистенціалізму мають певне значення поряд із конструктивізмом, – міфологема є конструктором. Також значний інтерес становить герменевтична інтерпретація, яка, за твердженням теоретиків, є основною рисою постпостмодернізму наших днів [9].

Результати дослідження. Масова культура та міфологія завжди були й залишаються нерозривно пов'язаними: у Стародавній Греції був «народний» Гомер, у Стародавньому Римі Колізей був відкритий як для аристократії, так і для плебсу, за часів Шекспіра цю роль виконував «Глобус». Відомо, що «маси шукають розваг», при цьому мається на увазі, що таким чином їх відволікають від концентрації уваги на «серйозних» речах. Однак у постмодернізмі ситуація набула зовсім інших обрисів, і тут, на наш погляд, найяскравіший приклад – перша «Матриця» (тоді ще братів) Вачовські, у якій представлені, по суті, усі головні культуральні міфологічні теми постмодернізму, що «перегоріли» у горнилі високої культури, але є новими в полі маскульту. Коли ми сьогодні говоримо про попкультуру, йдеться власне (у порядку зменшення) про гіпермультимедійний простір Інтернету, телебачення із його серіалами Netflix, HBO, Showtime тощо, про канали MTV, NBC, VH1, BET, глянцеви журнали «Glamour», «Vogue», «People», «Playboy» та ін., звичайно, це «fashion»-преса: «Womenswear Daily», «Grazia», «International Herald Tribune» і т.д. і, нарешті, кінематограф. Величезна популярність усього перерахованого вище, звичайно, не тільки в розвагах і відволіканні. Створюються певні референції та референти, які вже є чи скоро стануть загальними. Коли ми дивимося «з боку» на те, як ми розуміємо «час і місце» в нашому житті, ми визначаємо себе як акторів, що, звичайно, ще не є створенням ідентичності, але це вже процес ідентифікації.

І тут необхідно торкнутися проблеми ідеології. Сформульоване К. Марксом класичне визначення ідеології свідчить про те, що ідеологічним твердженням називається таке, де під виглядом об'єктивного подається тенденційне. За К. Марксом, за поширення ідеології значною мірою відповідальний панівний клас: «Ідеологія, що панує в суспільстві, є ідеологія панівного класу». Однак ці погляди не були б такими стійкими, якби сприймалися як нав'язані силою: «...ідеологія випускається в суспільство як газ, позбавлений кольору та запаху» (Цит. за [10]). Ідеологія, як і раніше, а можливо, навіть агресивніше, ніж наприкінці ХХ ст., пронизує рекламу, телевізійні шоу, Інтернет, весь медійний простір, маскуючи, як і раніше, нелогічний і несправедливий світо-

гляд під «вічні істини». Ідея переміщення жінки зі сфери інтелекту в простір почуттів і сексуальності, що базується, за Юнгом, на архетипі Великої Матері і Мана-особистості, істоти, наділеної магичними знаннями [11, с. 95-128], ніби визнана постсучасним суспільством, однак це визнання двоїсте: якась жіноча культура як ідеологія – теорія і практика – репрезентує патріархатну міфологію і систему цінностей, що базується на стародавніх міфах, зокрема і на міфі про Ліліт з її «поганою» репутацією, за що вона, як відомо, була вигнана із цивілізованого суспільства [12, с. 338-360]. Незважаючи на припущення, що «жіноча духовність» уже «увійшла» в трансцендентність, що й було метою фемінізму, жінка у 20-х роках ХХІ ст., як і дві тисячі років тому, представлена соціально та культурально в полюсі сексуальної «жіночої території», яку потрібно емансипувати та контролювати. «Гендер» кардинально та агресивно відтіснив фемінізм на маргінес соціально-політичної карти, що, безумовно, не залишилося непоміченим мільйонами жінок у всьому світі.

Сьогодні доказом повороту до феміністського порядку може слугувати один з найяскравіших прикладів феміністської ідентифікації рух #Me Too. Як відомо, цей рух було засновано активісткою Т. Берк понад 10 років тому, щоб захистити жінок від сексуальних домагань, але затребуваним хештег став тільки останніми роками на тлі скандалів у верхніх ешелонах політики і культури США (Дж. Епштейн, Г. Вайнштейн, К. Спейсі та ін.), які мали – несподівано для багатьох – далекосяжні наслідки. Два короткі слова та один друкарський знак стали символом протистояння вікової історії сексуального гноблення жінок. Як результат, у руслі фемінізму жінки відмовляються від ідентифікації «жертви» (віктимізації) не тільки в Іспанії («Go Tamblien en Espanol»), Франції («BalanceYourPorte») або в Італії («QuellaVoltache»), але також в Індії, Китаї, Японії. Ці два слова змогли охопити історію, повну харасменту, насильства та розпачу мільйонів жертв, насамперед жінок, хоча, безумовно, сексуальний харасмент перетинається із соціальними полями гендеру, раси, віку, професії, соціального статусу, географії та культури.

Цей символ, що став новою міфологемою, показав не тільки системність проблеми й невідкладність її вирішення, але також і її неоднозначність. Останнє прямо репрезентовано в популярному серіалі The Morning Show (2019–2021), основою якого послужила книга «Ранкове шоу: нещадний світ телебачення», написана Б. Стелтером. Безумовно, успіху серіалу сприяв чудовий акторський склад (Дж. Еністон, Р. Візерспун, С. Карелл), а також гострота актуальних тем: жіноча журналістика, насильство в сексі, сексуальні жертви, «специфіка» службового роману,

Covid-19 – усе це не залишило глядачів байдужими. Хоча деякі критики й відзначали відсутність реального сенсу, важко погодитися з таким твердженнями. Сенс є, він у самій постановці питань, на які творці серіалу однозначних відповідей не дають, але, по суті, однозначних відповідей сьогодні й немає. Проте цілком очевидно, що сама проблема міфологеми, що лежить в основі тієї чи іншої ідентифікації, набуває нових аспектів та ракурсів розгляду. Усе це дозволяє говорити про нову жіночу «проекцію» в культурі, яка дає реальну можливість жінкам реалізувати свою ідентичність як у приватній, так і в публічній сферах. На наш погляд, останнє повертає «маятник» історії до роботи Ю. Крістєвої «Жінка ніколи не може бути визначена», де під «жінкою» Ю. Крістєва розуміла «те, що не може бути репрезентовано, те, про що не говориться, те, що залишається поза всяких номенклатур і ідеологій» [13]. У завершальному розділі нового тому «Історії сексуальності» М. Фуко припускає, що категорія статі, передуючи будь-якій категоризації сексуальної відмінності, сама собою конструюється за допомогою історично специфічного способу сексуальності. Формування дискретної і бінарної категоризації статі приховує стратегічні цілі самого апарату формування, постулюючи стать як причину сексуального досвіду, поведінки й бажання. Проте М. Фуко доводить, що ця причина є наслідком, виробництвом цього режиму сексуальності, який прагне регулювати сексуальний досвід, надаючи дискретним категоріям статі статус фундаментальних функцій всередині статі [14, с. 256]. За М. Фуко, на практиці це і є сексизм, расизм та імперіалізм. Кинувши виклик традиційній сексуальності, постмодерн у своїх пошуках «прориву» по той бік наперед наданих класичними метанаративами смислів акцентує множинність «гендерних смислів», відмовляючись *de facto* від фундаментальних цілей і завдань фемінізму. Однак визнання всіх дискурсивних практик (сексуальних, зокрема) веде, з одного боку, до розуміння плюралізму та індивідуалізації як джерела нових смислів, а з іншого – до повороту маятника до старих смислів та абсолютів істини у відмові від розуміння абсурду як головного концепту в нашому постпостсучасному світі, наповненому ідеологією слів, наративів і дискурсів у мінливих на наших очах «картинах світу».

Безумовно, сьогодні жінки досить радикально відмовляються від нав'язаної ним патріархатною культурою міфологеми і, відповідно, загалом фіксованої ідентифікації. При цьому важко сказати, чи створюється «нова ідентичність» жінки, оскільки міфологеми змінюються на наших очах. Процеси, що відбуваються сьогодні, підтверджують думку ще одного класика сучасності Е. Еріксона, який пише, що позитивна ідентичність завжди перебу-

ває в конфлікті з минулим, яке потрібно вижити, і з майбутнім, якому потрібно запобігти [15].

Ідентичність сьогодні – це особливо «плинний» конструкт і в маскулінності, і у фемінінності. Якщо протягом останніх століть класичною американською маскуліною ідентичністю був WASP (White-Anglo-Saxon Protestant), то сьогодні він є архаїчним на фоні атланта, який розправив плечі [16]. Знаменита «Bella Ciao» вже не асоціюється з партизанами Італії чи культовим ще зовсім недавно Ернесто Че Геварою, а з героями популярного серіалу «La Casa de Papel» («Паперовий дім»), тобто маргіналами зовсім іншого штибу, чия ідентичність, замішана певною мірою на політичних поглядах неолібералізму, є все ж таки докорінно кримінальною.

Висновки. Оскільки класичні міфи вимушено залишили свою центральну культурну локацію разом із «загибеллю богів» та відмовою від універсальних моральних законів та істин, їхнє місце, яке *per se* не може представляти «порожнечу», було зайняте міфологемами, які запозичують у міфів деякі мотиви та теми, але розвивають їх у інших напрямках під впливом інших політик та дискурсів, обтяжених надзвичайно потужною в наш час ідеологією. Ці міфологеми, що чітко репрезентуються в дискурсах, стають частиною, а іноді й центром певних наративів, які з явною тенденцією до міфологізації не досягають своєї мети через певні постмодерністські «умови», насамперед, плюралізм та індивідуалізацію. Оскільки вироблення певних міфологем є частиною екзистенційної проблеми, вони зазвичай розвиваються сьогодні на «родючому ґрунті» масової культури з її величезними ресурсами медійного простору. У «методичному запереченні» та демістифікації основоположних «ілюзій» західної філософії та культури сьогодні політика ідентичності є типовою: як було переконливо доведено класиками постмодернізму (Дерріда, Батлер, Ірігаре та ін.), ідентичність метафорична та перформативна. Проте «прискорення змін» торкається все більшою мірою проблеми ідентифікації: будь-якій бінарній схемі протиставляється множина варіативних відмінностей. Індивід, як і раніше, «процесуально розгорнутий» у бік соціокультурного міфологічного простору, однак його «прочитання» в культуральних умовах постсучасності – з усіма наступними «постами» – завжди є інтерпретивним і варіативним. Міфобрази, створювані маскульту, значною мірою пов'язані з потенціалом плюралістичності та гнучкості та агресивно спрямовані на фіксацію владних відносин з тенденцією радикального реверсу в дихотомії «центр-маргінес», що сприяє формуванню помилкових політик ідентичності – і в цілому, – запереченню міфологем як стабільних підстав сенсу. Останнє обтяжується відомим феноменом: гендерні політики, по суті, вже

замінили політики фемінізму в оптимістичному утвердженні факту реалізації порядку фемінізму. Проте, як стверджують дослідники, фемінізм зовсім не мертвий [17]. Він не просто «живий», фемінізм наповнений енергією давніх богів та ідолів фемінізму, енергією боротьби за рівність, справедливість та соціально-політичні права. Виникнення нових форм і рухів, що мають глобальний характер, змінює «гендерний» постмодерністський ландшафт на наших очах. Нові феміністські рухи, по суті, вже завершили етап інституалізації, сьогодні їхня яскрава візуальність і зовсім не локальний масштаб підтверджують їхню валідність як інституту, який, як і раніше, має величезний соціокультурний і політичний потенціал.

Література

1. Бауман З. У пошуках центру, що тримає. *Глобальні модерності*. Київ : Ніка-Центр, 2008. 397 с.
2. Wiener A. J. *Magnificent Myth: Patterns of Control in Post-Industrial Society*. Oxford : Pergamon, 1978. 413 p.
3. Vlasova T., Martseniuk L. Interpretive subjectivity and gender relativism in the theories of postmodernism. *Interdisciplinary Studies of Complex Systems*. 2019. №14. P. 99-105.
4. Gender and Diversity Representation in Mass Media (Advances in Media, Entertainment, and the Arts) / Ed. G. Sar. Hershey. IGI Global, 2019. 338 p.
5. Smith C. *The Achilles Effect: What Pop Culture is Teaching Young Boys about Masculinity*. Bloomington. Indiana. iUniverse, 2011. 240 p.
6. Meehan E.R. *Sex & Money: Feminism and Political Economy in the Media*. University of Minnesota Press, 2002. 328 p.
7. Appignanesi R., Garratt Ch. *Introducing Postmodernism: A Graphic Guide*. Cambridge : Icon Books Limited, 2007. 189 p.
8. Halberstam J. J. *Gaga Feminism. Sex, Gender, and the End of Normal*. Boston: Beacon Press, 2013. 184 p.
9. Caputo J. D. *Truth: Philosophy in Transit*. London : Penguin Global, 2014. 283 p.
10. Боттон А. Озабоченность статусом. *Иностранная литература*. 2012. № 6. С. 188-211.
11. Юнг К. Г. Архетипы и символ. Москва : Ренессанс, 1991. 343 с.
12. Хайн Х. Освобождение философии: конец оппозиции духа и материи. *Женщины, познание реальности. Исследования по феминистской философии* / сост. Э. Гарри. Москва : РОССПЭН, 2005. 440 с.
13. Kristeva Ju. *Paris. Polylogue*. 1977. 541 p.
14. Фуко М. Воля к истине : по ту сторону знания, власти и сексуальности. Работы разных лет : пер. с франц. Москва : Касталь, 1996. 448 с.
15. Эрикссон Э. Детство и общество. Санкт-Петербург : Речь, 2002. 416 с.
16. Rand A. *Atlas Shrugged*. London : Penguin, 2007. 1088 p.

17. Walby S. *The Future of Feminism*. Cambridge and Malden. Polity Press, 2011. 230 p.

Анотація

Новокишова Н. О. Трансформації гендерних міфологем у їхній взаємодії з медійним простором масової культури постпостмодерну. – Стаття.

Актуальність проблеми. Гендерні міфологеми в умовах радикальних соціокультурних змін початку XXI ст., зазнаючи трансформацій постпарадигмального характеру в умовах «невизначеностей» і «нерозгадностей» світу постпостмодерну, потребують міждисциплінарного аналізу відтворення та функціонування як політик фемінізму, так і гендерних викликів у межах «території» маскультурного впливу та нової «картографії» (mapping) проблемних полів гендерних міфологем. У плюральності постмодерних інтерпретацій значну роль відіграє герменевтичне розуміння того, що інтерпретація руйнує класичні абсолюти через маскультові насадження певних ідеологічно сконструйованих дискурсів та наративів. Останнє значною мірою стосується гендеру/гендерів та фемінізму. Цей процес відбувається в культуральних полях маскульту як імпліцитно, так і експліцитно, але завжди цілеспрямовано. **Метою статті** є аналіз політик у змінах гендерних міфологем та їх інтерпретацій у контексті масової культури західного постпостсучасного суспільства. **Методи дослідження** спираються на принципи системного підходу з акцентуалізацією уваги на міждисциплінарних особливостях рефлексивного відображення «міфічного» в інтерпретативних практиках, дискурсах та наративах масової культури перших десятиліть XXI ст. **Результати дослідження.** Дискурси і наративи попкультури реалізуються в медійному просторі Інтернету й телебачення в «хмарі» безлічі блогерів, тиктокерів тощо, що мають мільйони підписників, і «хмара» ця постійно розширюється. Певну роль, як і раніше, відіграють глянцева журналістика й «бульварна» література впізнаваного жанру, стилю та тенденційності. Таким чином, створюються певні референції та референти, які незабаром стають «спільними». Міфообрази, створювані маскультом, значною мірою пов'язані з потенціалом плюральності та агресивно спрямовані на фіксацію владних відносин із тенденцією радикального реверсу в бінарній опозиції «центр–маргінес», що сприяє запереченню міфів та міфологем як стабільних підстав істини та сенсу. Останнє обтяжується фактом підміни політик фемінізму гендерними порядками з «картографією» гендерів, що перевищують принаймні десять позицій. Однак цілі та завдання фемінізму, як показують події останніх років, ще не досягнуті та не вирішені. Виникнення нових феміністських форм і рухів, змінюючи гендерний постмодерністський ландшафт у глобальному масштабі, підтверджує валідність фемінізму як інституту, що має, як і раніше, значний соціокультурний та політичний потенціал.

Ключові слова: міфологічний простір, гендерна репрезентація, ідентифікація, наративи, ідеологія, фемінізм.

Summary

Novokshonova N. O. Transformation of gender mythologemes and their interaction with the media space of the «post»-postmodern mass culture. – Article.

Problem. Gender mythologemes presented in the radical socio-cultural changes at the beginning of the XXIst century show themselves extremely topical due to their postparadigmatic character under the conditions of the «uncertain» and «unsettled» issues of «post»-postmodern ideas and ideals. Those issues are often in the focus of the scientific interdisciplinary analysis concerning reproductions and functions of both the feminist policies and gender challenges in the spaces of pop-cultural impact in the territories of creating new mapping of the problematic gender mythologemes and myths. In the plurality character of the «post»-postmodern interpretations the hermeneutics with its accent on the interpretative role of «everybody» and «everything» is of great importance as a key to the postmodern idea of absolutes, which has deleted by postmodernism along with other classical values. The latter phenomenon is being represented in the mass-cultural use of the definite gender ideological constructs: narratives and mythologemes. This process is going on both explicitly and implicitly sharing the same goal – the aggressive attack on the classical absolutes and moral laws concerning the nature of men and women. **Purpose.** The objective of the article is to research the policies of the gender transformations and their interpretations in the context of the pop-cultural phenomena of the «post»-postmodern current situation. **The methods** of the research are based on the principles of the systematic

approach with the focus on the interdisciplinary peculiarities of the reflexive comprehension of the «mythological» in the interpretative practices of the pop-cultural narratives at the beginning of the twenty-first century. **The results** of the research show that nowadays mass cultural narratives are realized both in the media space of the Internet and television including such giants as HBO, Netflix, Showtime, MTV, NBC, etc. and in the space of numerous bloggers, ticktokers and such like who nowadays possess unprecedented channels of influencing billions of people. The role of the glossy magazines and mass-cultural fiction should be taken into account too due to their traditional tendencies and influence on people in different countries on different continents. All mentioned above contribute to creating definite references with the aggressive appeal to make those references generally common. The mythological images created by mass-culture are directly connected with the potentials of pluralism and flexibility, and aimed at the fixation of the power relations of the radical reverse in the binary opposition «centre-margins». The last is burdened with the policies of substitution of feminism with gender discourses, the number of which is being constantly increased. On the other hand, the objectives of feminism have not been realized yet, which is evidently presented in the international movement #Me Too. The creation of new feminist movements and forms, which are changing the «post»-postmodern landscape in the global scope, is a proof of the validity of feminism as an institution, which possesses an immense sociocultural and political potential.

Key words: mythological space, gender representation, identification, narratives, ideology, feminism.