

СЕКСУАЛЬНОСТЬ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОЙ ПОПУЛЯРНОЙ МУЗЫКИ

Д. В. Ткачук,

*Санкт-Петербургский государственный университет,
Санкт-Петербург, Российская Федерация*

В настоящей статье представлены результаты анализа научных теоретических и эмпирических социологических исследований по проблеме сексуальности в контексте современной популярной музыки. В работе рассмотрены представления о сексуальности и ее нормах, генерируемые за счет включения элементов интимности, эротичности, телесности и психоэмоциональности (чувственности) в музыкальные композиции, клипы и имидж исполнителей. Дается краткое описание процессов трансформации мировой музыкальной индустрии на протяжении последних 50 лет и то, каким образом они отразились на актуальном содержании музыкальных продуктов. Также изложены результаты проведенного анализа содержания трех музыкальных видео (Meghan Trainor — “All About That Bass”, PSY — “Gangnam Style” и Ленинград — “Экспонат”) и фокус группы, главным образом нацеленной на исследование фиксируемых участниками нарративов музыкальных клипов и их интерпретации. Рассмотрены различные пути включения сексуальности как компонента коммерчески успешных музыкальных продуктов в различных национальных культурах (США, Южная Корея, Россия).

Ключевые слова: сексуальность, популярная музыка, телесность, музыкальные клипы, музыкальная индустрия.

Изучение сексуальности в массовой культуре и в популярной музыке как одном из ключевых ее направлений не новое, но актуальное направление социологии культуры. Сексуальность в целом — сложный феномен, который, с одной стороны, связан со сферой интимного, личного опыта, а с другой «наиболее тщательно ограничивается социальным порядком» [13, с. 53]. Это объясняет существующий в медийном и политическом дискурсе¹ интерес к тому, какие именно нормы и представления о сексуальности транслируются через искусство, прежде всего, массовое.

Популярная музыка в значительной мере связана с инкорпорированными представлениями о сексуальности. Безусловно, они прослеживаются не только в поп-музыке, но и во многих других направлениях и жанрах, включая этническую, рок, R'n'B и соул. Определенные гендерные роли, равно как и представления о феминности и маскулинности, закреплены и в академической музыке [13]. Однако начиная с середины двадцатого века тема любви и романтики является центральной именно для музыкантов, работающих с популярной музыкой. Как правило, тематика объясняется в контексте становления музыкальной индустрии и «превращения музыки в товар» [4, с. 89]. Несмотря на глобальность самого явления популярной музыки, предполагается, что в настоящий момент символический план содержания песен и транслируемые через них образы, все же в значительной мере различаются в зависимости от национальной культуры.

Д. Хезмондалш замечает, что музыкальная культура некоторое время находилась вне фокуса исследований сексуальной политики главным об-

разом потому, что «сексуальное желание в большей мере ассоциируется с визуальными изображениями» [4, с. 111]. Однако на сегодняшний день, в связи с возросшим интересом к изучению самого феномена сексуальности и многочисленными гендерными исследованиями, музыка также оказалась в фокусе внимания социологов. Соответственно, значительная часть актуальных работ направлена на комплексное освещение разнообразных проекций сексуальности в текстах, мелодиях и образах (имидже) исполнителей. Заметим, что сегодня популярная музыка обязательно включает в себя, помимо собственно музыкального, еще и визуальные компоненты. Более того, аудиальный план содержания музыкального произведения, в особенности, когда речь идет о поп и рок музыкальной культуре, является зачастую даже не первостепенным. Поскольку популярная музыка — это, прежде всего, коммерческий продукт, ее производство направлено на максимизацию прибыли. Найдорф полагает, что не песни или альбомы, но именно музыкальные клипы сегодня оказываются решающим «условием <...> максимального коммерческого (потребительского) успеха» [2, с. 71] музыкальных продуктов. Соответственно, при изучении сексуальности в контексте популярной музыки, на наш взгляд, целесообразно рассматривать и музыкальные видео.

Заметим, что высказывания, произнесенные в рамках приватной беседы, и высказывания, транслируемые в публичном пространстве, имеют совершенно различное влияние и обсуждаемость. Публичные высказывания — а музыкальные видео, точнее, образно фиксируемые в них идеи и ценности можно считать их разновидностями — по своей природе безадресны и нацелены не только на тех слушателей, что обладают идентичными создателям видео системами кодов. Соответственно, музыкальные видео клипы могут способствовать и способствуют

¹ Под дискурсом мы, в данном случае понимаем контекстуально определяемую социальными структурами, культурными и историческими ситуациями совокупности речевых актов [см., напр., 15].

оживленным дискуссиям вокруг транслируемых в них представлений и идей, в том числе о сексуальности и телесности. При этом следует учитывать, что интерпретация таких представлений обусловлена социокультурными контекстами.

В настоящей работе мы сосредоточимся, главным образом, на трех музыкальных клипах: Meghan Trainor — “All About That Bass” (США), PSY — “Gangnam Style” (Южная Корея) и Ленинград — “Экспонат” (Россия). Выбор именно этих видео для анализа был обусловлен тем, что каждое из них в момент выпуска в значительной мере спровоцировало обсуждение вопросов телесности и сексуальности, и даже подверглись множественной ре-интерпретации, в том числе, в форме многочисленных пародий.

Для верификации выводов и выяснения степени унифицированности кодов в музыкальных видео, а также фиксации интерпретаций различных нарративов аудиовизуального контента, помимо анализа содержания видео, мы также провели фокус-групповое исследование.¹

Цель настоящего исследования — выяснить, какие именно представления о сексуальности транслируются в современной мировой популярной музыке. В ходе работы мы проанализировали актуальные исследования сексуальности в контексте популярной музыки и музыкальных клипов. Также на примере популярных музыкальных клипов, снятых представителями различных национальных культур (США, Россия, Южная Корея) и рассчитанных, в первую очередь, на аудиторию этих стран мы описали пути выражения таких компонентов сексуальности, как телесность, интимность, эротичность и чувственность.

В целом, можно отметить, что изучение музыки в контексте социальных наук связано, прежде всего, именно с академической музыкой. Однако, начиная с 1970-х годов, происходит радикальное изменение направлений культурных исследований, когда в фокусе внимания оказывается именно массовая культура. В связи с этим нельзя не упомянуть работу Бирмингемского Центра Исследований Современных Искусств (Birmingham Centre for Contemporary Cultural Studies) и ряд публикаций, итогом которых стало переосмысление критических теорий Адорно, Хоркхаймера и позже — Хабермаса. Во многом благодаря работе BCCCS массовая культура перестала восприниматься как «буржуазный инструмент идеологического господства масс» [8, с. 420]. Ближе к 1980-м прослеживается первая волна исследований, сосредоточенных именно на популярной музыке.

В это же время наблюдается рост популярности музыкальных видео и развитие музыкальных клипов как отдельной формы музыкального искусства. В Европе и Северной Америке главными источ-

никами музыкальных клипов были узкоспециализированные телевизионные каналы. В первую очередь, речь идет о MTV, основная аудитория которого состояла из подростков и молодых взрослых. К середине 1980-х просмотр музыкальных клипов становится настолько неотъемлемой частью музыкальных практик, что на выбор молодых взрослых в США, решающих, какие музыкальные кассеты или диски приобрести, куда большее влияние оказывало MTV, а не радиостанции. [18, с. 80]. Исследовательский интерес именно к музыкальным клипам в это время возникает, прежде всего, у психологов. Его отчасти связывают с разрабатываемой социальной когнитивной теорией и теорией социального научения А. Бандуры, в которой описываются механизмы обучения через “символическое моделирование, основанное на медийных форматах, таких как телевидение” [19, с. 174]. Конструирование гендерной идентичности происходит в процессе ранней социализации, когда дети начинают изучать поведенческие паттерны, ожидания, идентификацию себя как мужчины (мальчика) или женщины (девочки) в «различных культурных, социальных и религиозных контекстах» [6, с. 67]. Соответственно, в результате целого ряда исследований, сосредоточенных на вопросах сексуальности и насилия в музыкальных клипах [7; 14; 18], были сделаны выводы о том, что модели, усваиваемые в ходе просмотра музыкальных клипов детьми в 1980—1990-е, рассчитанные на эмоциональную вовлеченность зрителей, действительно должны были оказать серьезное влияние на это поколение.

Следует сразу отметить, что популярная музыка XX века и популярная музыка XXI, несмотря на формальную тематическую и отчасти композиционную схожесть, все же сильно различаются. «Сосредоточенность на интимности в поп-музыке двадцатого века была обусловлена значительными изменениями в потребительском сознании <...> ищущих <...> любви и романтики» [4, с. 91]. В это время рок и поп-музыка отражали «две противоборствующие этики» [4, с. 91]. Если рок предполагал сексуальную раскрепощенность, то поп ратовал к более консервативным ценностям, хотя и выстраивался вокруг чувственного контента.

Сегодня, вследствие множества процессов, от конвергенции жанров, до повсеместной для массовой культуры демократизации сексуальности, это противостояние постепенно сходит на нет. Рок-музыканты используют наработанные поп-музыкантами музыкальные приемы (что особенно заметно в таких конвергентных направлениях как поп-рок).

Наблюдается и обратная ситуация, когда в поп-музыку включают те элементы, которые ранее были скорее характерны для различных направлений в рок-музыке. Сюда можно отнести акцентуацию андрогинности некоторых исполнителей, смешение представлений о феминности и маскулинности. К примеру, полагают, что масштабный коммерческий успех поп-группы Backstreet Boys в девяностые годы не в последнюю очередь был связан с андрогинностью имиджа одного из ее участников [11]. Поскольку поп-музыка по-прежнему ориентирована,

¹ В фокус-группе участвовало 8 человек (4 девушки, 4 юноши), возраст участников 19—35 лет. Выборка производилась по результатам предварительно проведенного опроса, в котором участвовало 284 человека. Все участники фокус-группы проживают в Санкт-Петербурге, предварительно указали, что часто смотрят музыкальные клипы, используют их как источник при поиске новой музыки и целенаправленно ищут клипы к песням.

главным образом, на молодую аудиторию, нормы сексуальности, репрезентируемые исполнителями оказывают определенное влияние на представления о телесности, формирующиеся у подростков и молодых взрослых.

Рок все еще несет несколько протестный характер: музыканты, работающие в этом жанре, в своем творчестве касаются вопросов политики (например, группа Green Day выпустила альбом *American Idiot*, в котором критически переосмысливаются вопросы войны на Ближнем Востоке и политика Джорджа Буша), глобальных геополитических изменений, контроля над социальной и личной жизнью (например, песни *Globalist* и *Uprising* британской группы Muse). Стоит отметить, что и современная поп-музыка может быть реактивна относительно актуальных событий. Во-первых, это прослеживается через текстовые планы содержания песен. Так, композиция *Pump Up Kicks* (Дутые Кроссовки), записанная американской инди-поп группой *Foster the People*, концентрируется на мыслях подростка, планирующего массовое убийство с помощью огнестрельного оружия. Музыкальные критики отмечали, что веселый мотив и ритм песни очень контрастно сочетается с текстом о перестрелке в школе. Марк Фостер, композитор и исполнитель, пояснил, что многие слушатели напевали песню неделями, прежде чем осознали ее текст¹. В музыкальных клипах также можно проследить актуальную тенденцию обращения поп-музыки к социально-острым вопросам. Ряд музыкальных СМИ высказал предположение, что видеоклип к песне Sia «*The Greatest*» представляет собой аллюзию на теракт в Орландо в 2016 году, когда 29-летний Омар Матин устроил стрельбу в гей-клубе «Пульс». Несмотря на то, что клип формально носит танцевальный характер, он снят преимущественно в темных и серых тонах, количество танцоров соответствует количеству жертв теракта, также присутствует символика ЛГБТ сообщества и общий нарратив в целом соответствует ходу событий, происходивших в Орландо². С другой стороны, поп-музыканты активно используют сексуальную объективацию как элемент продвижения. К примеру, Дж. Сибрук отмечает присутствующие в тексте хита *Right Round* описания сексуального акта и утверждает, что несмотря на присутствие темы секса и сексуальности в поп-музыке на протяжении десятилетий, сами тексты стали значительно более прямолинейными [16].

Если в двадцатом веке куда больше значения придается текстовому и собственно музыкальному плану содержания, то с развитием музыкальных каналов (1980—1990-е годы) исполнители все более активно используют визуальные приемы как необходимые элементы в их деятельности. В XXI веке сама музыкальная поп-культура «чрезвычайно визуальна, а музыкальное исполнение прочно связано с сексуальностью и ее боязнью» [4, с. 91].

¹ Из интервью *Pastemagazine* 11/07/2011. — URL: <https://www.pastemagazine.com/articles/2011/07/best-of-whats-next-foster-the-people.html/>

² Напр. см. — URL: <https://www.out.com/music/2016/9/06/sias-latest-single-greatest-honors-pulse-shooting-victims>.

Когда речь заходит о сексуальности в популярной музыке, и в дискурсе СМИ, и в политическом дискурсе в центре внимания — репрезентируемые образы самих исполнителей (причем не только перформативные, но и повседневные), и, главным образом, именно музыкальные клипы. Как отмечал ряд исследователей [4; 10; 13], внимание критиков к имиджу исполнителя в популярной музыке очень часто преобладает над тем вниманием, что уделяется непосредственно музыке.

На наш взгляд, прекрасной иллюстрацией этого является описанный МакКлари дискурс, сформированный вокруг творчества Мадонны. Она ссылается на Джона Фиске, утверждавшего, что большинство критиков не могут сказать ничего хорошего о музыке Мадонны, но многое — о ее образе. «Затем он рассуждает о ее образе, но вообще ничего не говорит о музыке» [13, с. 148]. В противовес такой позиции она предлагает результаты собственного анализа творчества этой исполнительницы, включающие в себя музыковедческие, биографические и социальные параметры, впрочем, не обходя стороной визуальную имиджевую составляющую.

Если говорить о сексуальной объективации и моделях сексуального поведения, то эти вопросы достаточно широко представлены в современном искусстве. Они активно поднимаются в кино, изобразительном искусстве, и, в том числе, в музыке и музыкальных клипах.

Некоторые исследователи отмечают, что сексуальная объективация в музыкальных клипах некоторых жанров, таких как поп и хип-хоп представлена более широко, чем, к примеру, в кантри [5, с. 475]. Однако также было замечено, что требуется дополнительный анализ видеоматериалов и иного музыкального контента для актуализации подобных выводов. Так, Дженифер Обри и Синтией Фрисби на основе контент-анализа, проведенного ими в 2014 году, утверждают, что вторичный анализ данных, полученных в ходе социологических исследований сексуальности в музыкальных клипах сегодня провести достаточно сложно. Дело в том, что основной массив таких исследований приходится на транслировавшиеся в 1980-е годы клипы, где больший упор делался на внешность женщин и их сексуальную привлекательность. Соответственно, мы полагаем, что за последние тридцать лет содержание музыкальных клипов могло претерпеть значительные изменения, поэтому необходима проверка концептуальных выводов авторов и проведение сравнительных исследований.

В целом, музыкальный клип представляет собой конвергентную разновидность творчества, и оперирует сразу тремя планами содержания: визуальным, лингвистическим и аудиальным. Визуальный план содержания включает в себя цветовую палитру видео, используемые символические визуальные коды, действия и статическое содержание кадров. Под лингвистическим планом мы понимаем непосредственно текст песни и, в некоторых случаях, монологи или диалоги, присутствующие в клипе. Аудиальный план содержания — это мелодия, ритм, различные музыкальные приемы выразительности и, безусловно, также символические коды (вклю-

чающие цитаты, отсылки к другим произведениям), используемые композитором. В социологической традиции принято скорее акцентировать внимание на визуальной и лингвистической составляющих конечного музыкального продукта, однако ряд исследователей, таких как С. Фрит и А. МакРоби, предпринимали попытки выявления закономерности между репрезентируемыми элементами маскулинности в образах музыкантов и непосредственным музыкальным планом содержания [12, с. 118—119].

Просмотр музыкальных клипов в определенной мере формирует и отражает инкорпорированность как гендерных, так и телесных коннотативных представлений определенных социальных групп. Через различные образы, присутствующие в нарративе музыкальных клипов, нам представляется возможным понять, какие телесные и чувственные образы транслируются, как через них конструируются представления о гендерных ролях, что сегодня включается в представления о феминности и маскулинности [17; 20].

Мы опираемся на широкое понятие сексуальности и включаем в нее такие компоненты, как эротичность, чувственность (психо-эмоциональность), интимность и телесность [3, с. 29]. Рассмотрим их подробнее в контексте популярной музыки и музыкальных клипов.

В целом, изучение телесности достаточно развито в социологии, используются различные методологические подходы и традиции. Так, к примеру, исторический материализм артикулирует важность тела в производстве человеческого опыта существования [6]. К вопросам телесности апеллировал и Дюркгейм в изучении разграничений между сакральным и профанным [6, с. 93—94]. Позднее Роберт Герц, отчасти продолжая работу Дюркгейма, предложил рассматривать «тело как символическую систему в конструкции социального порядка» [6, с. 94]. В частности, он описывает исторически сложившуюся систему наказаний для левшей и поощрительную для правшей, таким образом выступая против тезиса о естественном дуализме. Тело и телесность в большинстве человеческих культур важны как сами по себе, так и в качестве маркера или метафоры для других предметов, включая социальные связи, групповую идентичность и социальное или экономическое положение [9, с. 35]. Фокс полагает, что такие значения различаются как исторически, так и в зависимости от конкретной культуры. Так, в современной западной культуре телесность социально конструируется как амбивалентный феномен, одновременно «дар... и источник слабости или соблазнов, который должен быть дисциплинирован для личной и общественной пользы» [9, с. 36]. Эту тенденцию действительно можно заметить в популярных музыкальных западных видео. К примеру, клип All About That Bass американской певицы Meghan Trainor, на первый взгляд, сосредоточен на теме бодипозитива и принятии собственного тела как «дара». С другой стороны, нарратив выстраивается вокруг проблемы стремления следовать неким идеалам телесной красоты, которые априори не могут быть воплощены. Посмотревшие клип ре-

спонденты — участники фокус-группы — отметили, что, скорее всего, транслируемые положительные образы действительно контрастируют со сложившимися в американском обществе представлениями об идеально-типической красоте «худых» женщин. С другой стороны, они также добавили, что, по их мнению, согласно сложившимся представлениям в российском обществе, такое телосложение скорее можно назвать «нормальным», нежели «полным».

В видео Gangnam Style телесные женские образы оказались достаточно однообразными, респонденты практически не запомнили конкретных женщин в видео, за исключением одной. Наравне с американским видео, в качестве центрального элемента эталонного телесного образа выступала худоба, однако, в отличие от All About That Bass, она была расценена создателями видео как положительное явление. Также одна из участниц заметила, что, несмотря на неприкрытые ноги и короткие юбки/шорты на девушках, их плечи и зона декольте были закрыты. Она полагает, что отражает определенные нормы корейского этикета. Мужские телесные образы, по мнению респондентов, были более разнообразны.

В «Экспонате» общее количество задействованных в видео людей было существенно ниже, чем в предыдущих двух клипах. Вопреки ироничной манере повествования, в целом присущей клипу, проецируемый образ эталонного женского тела в целом был практически идентичен. Несмотря на присутствие в клипе двух мужчин-героев, они не были в фокусе создателей видео (около 25 секунд общего экранного времени из 7 минут видео).

Соответственно, заметим, что отчасти различия между транслируемыми телесными образами в музыкальных видео действительно будут обусловлены текущими эталонными идеально-типическими ориентирами, инкорпорированными внутри определенных национальных культур или социальных групп [22].

Наряду с телесностью, интимность также является одним из компонентов множества актуальных феноменов музыкальной индустрии. К таковым относится, например, феномен айдолов (idol), наблюдаемый сегодня главным образом именно в корейской поп-музыке. По сути, он является формой культурной адаптации японского феномена idolu, расцвет которого пришелся на 1980-е. К-поп, изначально нацеленный на внутренний рынок Азии [21, с. 2351], за последние несколько лет вышел на глобальный. Музыкант-айдол в современной корейской массовой культуре расценивается скорее как поставленный на поток продукт индустрии развлечений, он «максимально дегуманизирован» [1, с. 88], а его поведение жестко регламентируется контрактом с букинг-агентством. «Индустрия искусственного формирования будущего Idol строится на многократно апробированной и эффективной программе, дисциплине и строгом выполнении обязательств» [1, с. 86]. Однако при этом огромное значение в индустрии придается созданию имитации близкой связи между музыкантом и его фанатами. В отличие от более типичных для запада лимитированных отношений между слушателем и музыкантом, в k-поп симуляция интимности (близости) между

музыкантами и фанатами является обязательным и постоянным элементом. Молодые поклонники — целевая аудитория в к-рор — поддерживают межличностную близость с айдолами «посредством постоянной интеграции в социальные сети <...> они рассматривают потребление <...> музыки как открытый и уравнилельный процесс. К-рор в представлении фанатов — это набор приятных и удобных для потребления сокровенных (intimate) <...> товаров» [21, с. 2360]. Получается, что усиление симуляции близкой, интимной связи между фанатами и айдолами происходит за счет постоянной трансляции последними ежедневных рутинных практик (мира повседневности музыкантов).

Стоит отметить, что использование демонстрации повседневных практик — прием, который позволяет слушателю соотносить себя с миром исполнителя или, в случае с музыкальным видео, героя этого клипа — вполне успешно применяется и российскими создателями клипа «Экспонат».

Эротичность и психоэмоциональность (чувственность) безусловно, также являются элементами в конструировании нарратива песни или музыкального видео. Эротичность считается одним из компонентов сексуальности, в наибольшей степени представленным в искусстве. Эротичность — это эстетический план сексуальности, базирующийся, прежде всего, на визуальных динамических компонентах. Чувственность или психоэмоциональность в музыкальных клипах создается за счет использования комбинированных визуальных и аудиальных планов содержания. К примеру, респонденты отмечали прямую связь между цветовой палитрой видеоряда и эмоциями, которые вызывал у них клип. Так, Gangnam Style и All About That Bass были обозначены как «веселые», «позитивные», «пародийные»; одновременно с этим многие говорили о цветовой палитре, используемой создателями видео («яркий», «конфетный»). Эмоции, возникающие при просмотре видео, также вполне могут меняться в зависимости от ситуативного контекста. Так, одна из участниц отметила, что при первом просмотре клипа (до фокус-группы) она почувствовала себя «жутко неловко и стыдно». После повторного просмотра (во время фокус-группы) и обсуждения, она отнеслась к нему значительно легче, и теперь воспринимает его как безобидный танцевальный видеоролик, который можно показывать детям для того, чтобы научить их «забавному танцу».

Резюмируя написанные выше, отметим, что исторически тема секса и сексуальности была центральной для поп-музыки начиная с 1950-х годов. Наблюдавшееся ранее противостояние между попом и роком в вопросах трансляции определенных взглядов и ценностей (традиционных и консервативных, присущих поп-музыке, и носивших несколько протестный характер, выраженных в роке) сегодня постепенно угасает.

Если рассматривать сексуальность в широком ее смысле, то можно отметить компоненты интимности, эротичности, психоэмоциональности и телесности. Эти компоненты в том числе отвечают за конструирование сексуальности в контексте популярной музыки. Так, телесность проявляется

в идеально-типических моделях, транслируемых через нарративы музыкальных видео, перформативных практиках, а также через комплексный образ исполнителя, конструируемый посредством СМИ и социальных медиа. Интимность и близость, как правило, симулируются через трансляцию мира повседневности музыкант. В данном случае показательна музыкальная индустрия Южной Кореи и феномен айдолов: через социальные сети музыканты-айдолы постоянно транслируют свои рутинные практики и активно общаются со своими поклонниками; в конечном итоге, это в значительной мере способствует успешному продвижению различных продуктов креативной индустрии. Эротичность в большей мере связана с визуальным планом содержания; соответственно, она наиболее четко прослеживается в линии поведения музыкантов на сцене, их имидже или через содержания музыкальных клипов.

В целом, закономерный академический интерес к исследованиям элементов сексуальности и насилия, содержащихся в нарративах, зарождается еще в 1980-е. Он связан напрямую с развитием узкоспециализированных музыкальных телевизионных каналов и ростом роли музыкальных клипов. Кроме того, традиционно сексуальность и эротичность рассматривались в контексте визуальной, а не аудиальной информации. В настоящий момент исследователи приходят к выводу, что поскольку понятия о феминности и маскулинности, гендерных ролях, нормах сексуальности формируются в раннем возрасте, музыкальные клипы в большей степени формируют их у молодой аудитории, одновременно отражая актуальные представления о сексуальности, сложившиеся в определенных социальных группах.

Статья выполнена в рамках реализации гранта РГНФ 16-33-00020 «Сексуальность и жизненный путь: социальные траектории, модели и практики».

Литература и источники

1. Летина, Н. Н. Idol как феномен современной корейской культуры / Н. Н. Летина, И. В. Логинова // *Верхневолжский филологический вестник* — 2017 — № 3.
2. Найдорф, М. И. Об особенностях музыкальной культуры массового media-пространства / М. И. Найдорф // *Вопросы культурологии*. — 2007. — № 6 — С. 70—72.
3. Панкратова, Л. С. Формирование сексуальной культуры молодежи в современном российском обществе : дис. ... канд. социол. наук / Л. С. Панкратова. — СПб., 2015. — 180 с.
4. Хезмондали, Д. Музыка: почему она так важна для нас / Д. Хезмондали. — Харьков : Гуманитарный Центр, 2014. — 240 с.
5. Aubrey, J. S. *Sexual objectification in music videos: A content analysis comparing gender and genre* / J. S. Aubrey, C. M. Frisby // *Mass Communication and Society*. — 2011. — № 14. — P. 475—501.
6. Back, L. *Cultural Sociology: An Introduction* / L. Back, A. Bennett, L. D. Edles et al. — Wiley-Blackwell, 2012.
7. Baxter, R. *A content analysis of music videos* / R. Baxter and others // *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. — 1985. — No 29(3). — P. 35—46.
8. Bennett, A. *Toward a cultural sociology of popular music* / A. Bennett // *Journal of Sociology*. — 2008. — No 44(4). — P. 419—432/

9. Fox, J. N. *The Body* / J. N. Fox. — Cambridge : Polity Press, 2012. — 231 p.

10. Frith, S. *Sound and Vision: The Music Video Reader* / S. Frith, A. Goodwin, L. Grossberg. — Routledge, 2005. — 189 p.

11. Jamieson, D. *Marketing androgyny: the evolution of the Backstreet Boys* / D. Jamieson // *Popular Music*. — 2007. — No 26. — P. 245—258.

12. Longhurst, B. *Popular Music and Society* / B. Longhurst, D. Bogdanovic. London : Polity, 2014. — 311 p.

13. McClary, S. *Feminine Endings. Music, Gender, and Sexuality* / S. McClary. — Minnesota : University of Minnesota Press, 2002. — 221 p.

14. Melton, G. *A sociological approach to the pop music phenomenon: Radio and music video utilization for expectation, motivation and satisfaction* / G. Melton, L. Galician // *Popular Music and Society*. — 1987. — No 11(3). — P. 35—46.

15. Pocock, J. G. A. *The Reconstruction of Discourse: Towards the Historiography of Political Thought* / J. G. A. Pocock // *MLV*. — 1981. — Vol. 96. — No 5.

16. Seabrook J. *The song Machine: inside the hit factory* / J. Seabrook. — New York : W. W. Norton and Company, 2015.

17. Seidman, S. A. *Profile: An investigation of sex role stereotyping in music videos* / S. A. Seidman // *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. — 1992. P. 209—216.

18. Sherman, B. *Violence and Sex in Music Videos: TV and Rock 'n' Roll* / B. Sherman, J. Dominick // *Journal of Communication*. — 1986. — No 36 (1). P. 79—93.

19. Turner, J. *Sex and the Spectacle of Music Videos: An Examination of the Portrayal of Race and Sexuality in Music Videos* / J. Turner // *Sex Roles*. — 2011. — No 64(3). P. 173—191.

20. Wallis, C. *Performing Gender: A Content Analysis of Gender Display in Music Videos* / C. Wallis // *Sex Roles*. — 2011. — No 64. — P. 160—172.

21. Yoon, K. *Cultural Translation of K-Pop Among Asian Canadian Fans* / K. Yoon // *International Journal of Communication*. — 2017. — No 11. — P. 2350—2366.

22. Zhang, Y. *Female Body Image as a Function of Themes in Rap Music Videos: A Content Analysis* / Y. Zhang, T. L. Dixon, K. Conrad // *Sex Roles*. — 2010. — No 62. — P. 787—797.

ТКАЧУК Дарья Владимировна, аспирант, Санкт-Петербургский государственный университет (Санкт-Петербург, Российская Федерация). E-mail: tkachuk.daria@gmail.com

Поступила в редакцию 17 декабря 2018 г.

DOI: 10.14529/ssh190114

SEXUALITY IN CONTEXT OF MODERN POPULAR MUSIC

D. V. Tkachuk, *tkachuk.daria@gmail.com*,
St-Petersburg State University, St. Petersburg, Russian Federation

The current article presents the results of the analysis of theoretical and empirical sociological researches on the problem of sexuality in the context of contemporary popular music. In this paper, we consider the ideas about sexuality, which are generated by incorporating elements of intimacy, eroticism, corporality and psychoemotional sensuality into musical compositions, video clips and the overall image of performers. There is a brief description of the processes of world music industry transformation during the past 50 years and how they reflected on the actual content of music products. Also, we present the results of the analysis of three music videos contents (Meghan Trainor — “All About That Bass”, PSY — “Gangnam Style” and Leningrad — “Exhibit”), as well as the results of focus group study, mainly aimed at video clips narratives and their interpretation. One considers various ways of including sexuality as a component of commercially successful musical products among various national cultures (USA, South Korea, Russia).

Keywords: Sexuality, pop music, embodiment, music videos, music industry.

The article was made as part of the implementation of the grant of the RGNF 16-33-00020 «Sexuality and life path: social trajectories, models and practices».

References

1. Letina N. N., Loginova IV [Idol kak fenomen sovremennoy koreiskoy kultury] // *Verkhnevolzhsky philologicheskii vestnik* — 2017 — № 3 (in Russ.)

2. Naidorf M.I. [On the peculiarities of the musical culture of mass media space] // *Voprosy Culturologii* — 2007. — № 6 — pp. 70-72 (in Russ.)

3. Pankratova L.S. [Formation of sexual culture of youth in modern Russian society] (PhD thesis) SPb., 2015 — 180 p. (in Russ.)

4. Hesnonthalgh D. [Why Music Matters]—H.: Gumanitarniy Centr, 2014 — 240 p. (in Russ.)

5. Aubrey, J. S., & Frisby, C. M. Sexual objectification in music videos: A content analysis comparing gender and genre // *Mass Communication and Society*. — 2011. — № 14. — pp. 475—501.

6. Back L., Bennett A., Edles L.D., Gibson M., Inglis D., Jacobs R., Woodward I. *Cultural Sociology: An Introduction*—Wiley-Blackwell, 2012.

7. Baxter R. and others. A content analysis of music videos // *Journal of Broadcasting & Electronic Media*—1985.—29(3)—pp 35-46.

8. Bennett A. Toward a cultural sociology of popular music // *Journal of Sociology*. — 2008. — 44(4). — pp. 419-432.

9. Fox J.N. *The Body*. Polity Press, Cambridge, 2012—231 p.
10. Frith S., Goodwin A., Grossberg L. *Sound and Vision: The Music Video Reader* — Routledge, 2005 — 189 p.
11. Jamieson D. Marketing androgyny: the evolution of the Backstreet Boys// *Popular Music*—2007—№26— pp 245-258
12. Longhurst B., Bogdanovic D. *Popular Music and Society*. Polity, 2014— 311 p.
13. McClary S. *Feminine Endings. Music, Gender, and Sexuality*— University of Minnesota Press, 2002— 221 p.
14. Melton G., Galician L. A sociological approach to the pop music phenomenon: Radio and music video utilization for expectation, motivation and satisfaction// *Popular Music and Society* — 1987.— 11(3— pp 35-46
15. Pocock J.G.A. *The Reconstruction of Discourse: Towards the Historiography of Political Thought*// *MLV*.1981.Vol.96, №5.
16. Seabrook J. *The song Machine: inside the hit factory*— W.W. Norton and Company, 2015
17. Seidman S.A. Profile: An investigation of sex role stereotyping in music videos//*Journal of Broadcasting & Electronic Media*—1992—pp.209-216
18. Sherman B., Dominick J. Violence and Sex in Music Videos: TV and Rock 'n' Roll// *Journal of Communication*—1986. —36 (1), pp. 79—93
19. Turner J. Sex and the Spectacle of Music Videos: An Examination of the Portrayal of Race and Sexuality in Music Videos// *Sex Roles*—2011.— 64(3)—pp 173-191
20. Wallis C. Performing Gender: A Content Analysis of Gender Display in Music Videos // *Sex Roles*—2011— № 64. — pp. 160-172
21. Yoon K. Cultural Translation of K-Pop Among Asian Canadian Fans // *International Journal of Communication* —2017.— №11—pp. 2350-2366
22. Zhang Y., Dixon T.L., Conrad K. Female Body Image as a Function of Themes in Rap Music Videos: A Content Analysis// *Sex Roles*—2010—№ 62— pp. 787-797

Received Desember 17, 2018

ОБРАЗЕЦ ЦИТИРОВАНИЯ

Ткачук, Д. В. Сексуальность в контексте современной популярной музыки / Д. В. Ткачук // Вестник ЮУрГУ. Серия «Социально-гуманитарные науки». — 2019. — Т. 19, № 1. — С. 94—100. DOI: 10.14529/ssh190114

FOR CITATION

Tkachuk D. V. Sexuality in context of modern popular music. *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Social Sciences and the Humanities*. 2019, vol. 19, no. 1, pp. 94—100. (in Russ.). DOI: 10.14529/ssh190114
