



anthropos

LOTYNŲ AMERIKOS TELENOVELIŲ POPULIARUMO REIŠKINYS NEPRIKLAUSOMOJE LIETUVOJE

TYRIMO APŽVALGA

Taikomosios
antropologijos
organizacija
„Anthropos“
2022

TURINYS

ĮVADAS – 3 –

TYRIMO METODOLOGIJA – 4 –

TYRIMO REZULTATAI:

1. Laikmečio peizažas: kintančios kategorijos ir praktikos – 8 –

2. Gyvenimas nepriklausomybės pradžioje – 12 –

3. Žiūrėjimo praktikos – 17 –

4. Gyvenimas ir telenovelė: lytiškumas ir lyčių rolės – 27 –

5. Gyvenimas ir telenovelė: serialai, jų rolė, poveikis ir vertinimas – 31 –

BENDROS TYRIMO ĮŽVALGOS – 39 –

LITERATŪROS APŽVALGA – 42 –

REKOMENDUOJAMA LITERATŪRA – 46 –

LITERATŪROS SĄRAŠAS – 60 –

IVADAS

Šis tyrimas vykdytas VŠĮ „Just a Moment“ užsakymu. Juo siekiama analizuoti telenovelių žiūrėjimo reiškinį Lietuvoje pirmaisiais Lietuvos nepriklausomybės atkūrimo dešimtmečiais, žiūrėjimo (ar nežiūrėjimo) priežastis, auditorijos įpročius, temas, kurios buvo svarbios, įvairių telenovelių įtakos lauką ir kita.

Šią tyrimo ataskaitą sudaro:

- (1) metodologijos aprašas, detalizuojantis pagrindinius tyrimo klausimus, tyrimo dalyvių atranką, dalyvių profilius ir dalyvių pasiskirstymą amžiaus ir geografijos kategorijomis, analizės eigą;
- (2) analizės dalis, kurioje susitelkiama į penkias didesnes temų grupes, suformuotas remiantis užsakovių apibrėžtu tyrimo objektu. Šios grupės skirstomos į smulkesnius skyrius pagal interviu ir fokus grupių metu pateiktus klausimus ir gautus atsakymus, sugrupuotus kategorijomis;
- (3) bendros tyrimo įžvalgos, ryškesnių tyrimo metu atsiskleidusių tendencijų reziumė;
- (4) literatūros apžvalga. Čia bendrais bruožais aptariamas telenovelių atsiradimo istorinis kontekstas Lotynų Amerikoje apibrėžiamame geopolitiniame regione, taip pat telenovelių fenomenas įvairiose šalyse. Literatūros apie telenoveles Europoje yra maža. Apskritai nerasta literatūros apie telenovelių žiūrėjimą Rytų Europoje: nors fenomenas atrodo ryškus, jis neatrodo tyrinėtas, nors televizijos transformacijos tema posovietiniu periodu literatūroje išskyla;
- (5) rekomenduojama literatūra. Tai yra sąrašas rekomenduojamų tolesniam gilinimuisi į šią temą straipsnių, monografijų ir knygų, pateikiamos su trumpais reziumė;
- (6) literatūros sąrašas;
- (7) kodų lentelė. Tai darbinis tyrėjų grupės dokumentas (pateikiamas kaip ataskaitos priedas), naudotas analizuoti fokus grupių ir individualių interviu medžiagą. Tyrimo užsakovėms ji suteikiama kaip išplėstinis instrumentas tam, kad galėtų matyti visas atsiskleidusias temas, kategorijas, subkategorijas, sugrupuotas pagal kodus. Toks grupavimas tyrimo užsakovėms gali būti naudingas identifikuojant tyrimo dalyvius ir dalyves, turinčius vienokias ar kitokias žiūrėjimo ar gyvenimo patirtis ir pan.

TYRIMO METODOLOGIJA

Tyrimo tikslas yra suprasti Lotynų Amerikos (t.y. Meksikos, Argentinos, Brazilijos, Kolumbijos, Venesuelos ir kt.) telenovelių žiūrėjimo fenomeną Lietuvoje pirmaisiais nepriklausomybės dešimtmečiais. Tyrimo metu rinkti žmonių prisiminimai apie telenovelių žiūrėjimą: aplinkybes, priežastis, dėl kurių telenovelės buvo žiūrimos ar priešingai. Siekiant giliau suprasti kontekstą, tyrimo dalyvių klausta apie jų buitį ir kasdienybę tuo laikotarpiu, televizijos kontekstą iki nepriklausomybės pradžios ir dabartinius žiūrėjimo įpročius.

Tyrimo duomenys surinkti surengus 4 fokus grupes bei atlikus 16 giluminių interviu apie telenovelių žiūrėjimo kontekstą bei gyvenimą po 1990-tų metų. Fokus grupės ir interviu buvo įrašomos arba „Zoom“ platformos įrankiais (nuotolinių interviu atveju), arba telefono įrašymo įranga. Visi tyrimo dalyviai buvo informuoti apie įrašymą ir sutiko, kad pokalbiai būtų įrašyti ir naudojami tyrimo tikslams – transkripcijai ir analizei, bei pasidalijami su dokumentinio filmo apie telenoveles kūrėjų komanda. Rašant analizę informacija yra anonimizuota. Su tyrimo dalyvių sutikimu telenovelių kūrėjų komandai suteikti dalyvių, kurios/kurie sutiktų filmuotis, kontaktiniai duomenys.

Fokus grupės (4): atliktos 2 nuotolinės ir 2 tiesioginės fokus grupės. Nuotolinėse fokus grupėse dalyvavo 6 (pirmoje) ir 5 (antroje) informantai ir informantės. Dviejose tiesioginėse fokus grupėse dalyvių skaičius ryškiai skyrėsi. Viena fokus grupių vyko Šilutėje, „X“ moterų klubo susitikime. Klubu narės buvo informuotos apie tyrėjų dalyvavimą ir skyrė laiko diskusijai apie telenoveles. Susitikime dalyvavo 11 moterų. Kita gyva fokus grupė vyko Vilniaus miesto centrinėje bibliotekoje Žirmūnų mikrorajone. Dalyvavo 3 asmenys. Dalyviai į fokus grupes buvo renkami dalinantis kvietimu socialinėse medijose, kabinant plakatus įvairių miestų ir miestelių (Kauno rajone, Prienų rajone, Vilniaus rajone) skelbimų lentose, kultūros įstaigose, bei kviečiant per asmeninius kontaktus. Kvietime buvo nurodoma, kad kviečiami asmenys, žiūrėję telenoveles. Fokus grupių metu užduodami klausimai buvo iš anksto suderinti su dokumentinio filmo kūrybine komanda. Toliau pateikiame fokus grupių interviu gaires.

Lentelė nr. 1. Tyrimo gairės.

1.	KĄ VEIKĖ + ŽIŪRĖJIMO PRADŽIA. Nepriklausomybės pradžioje pradėti rodyti Lotynų Amerikos serialai (pirmieji pora dešimtmečių). Gal galėtumėte trumpai prisistatyti ir papasakoti, ką tuo metu veikėte? Kaip atrodė jūsų kasdienybė anuomet? Kaip pradėjote žiūrėti telenoveles?
	NR.1 IŠPLEČIAMAS: Ar galėtumėte apibūdinti kaip ir kur vykdavo telenovelių žiūrėjimas? (ar jūsų šeima / draugai / aplinkiniai žiūrėdavo, ar žiūrėdavote kartu su kuo nors? Ar vykdavo žiūrėjimas darbe?)
2.	KAS ĮSIMINĖ. Kokias telenoveles atsimenate/žiūrėjote? (kodėl pasirinkdavote vienas, o ne kitas?) Kokią labiausiai įstrigusią (-į) personažą (-ą) prisimenate?
	NR.1 IŠPLEČIAMASIS: Kaip buvo rodomos moterys, vyrai, romantiniai santykiai, šeimos santykiai? Kaip jūs tai vertinate? NR.2 IŠPLEČIAMASIS: Kas jus labiausiai traukdavo, dėl kokių temų, aktorių, istorijų daugiausiai žiūrėdavote (pasirinktą telenovelę)? NR.3 IŠPLEČIAMASIS: Kaip vertinate tai, kad daugelio telenovelių pagrindinėmis herojėmis būdavo moterys, ir ką tai reiškia jums?
3.	POPULIARUMAS. Kodėl telenovelės buvo tokios populiarios?
	NR.1 IŠPLEČIAMASIS: Ar kažką perėmėte iš serialų? Pavyzdžiui: madas, šukuosenas, bendravimo principus, ar panašius dalykus? NR.2 IŠPLEČIAMASIS: Kaip apibūdintumėte, kas daugiausiai žiūrėdavo telenoveles? (kokio amžiaus žmonės, lyties, kuo užsiimantys?)
4.	ŽIŪRĖJIMO PABAIGA. Kada nustojote žiūrėti ir kodėl? Ką žiūrėjote prieš tai? Kuo telenovelės skyrėsi nuo to ką rodė prieš tai?

Giluminiai interviu (16). Dalis giluminių interviu buvo atlikta su fokus grupių dalyviais, siekiant praplėsti jų pasakojimus ir skirti daugiau laiko asmeninio gyvenimo ir šalies kontekstui tiriamuoju laikotarpiu. Kita dalis giluminių interviu atlikta su tikslingai ieškotais žmonėmis. Atrinkinėjant buvo siekiama, kad giluminiai interviu būtų atlikti su įvairaus amžiaus ir lyties žmonėmis, gyvenančiais ir miestuose, ir miesteliuose, nepriklausomybės laikotarpio pradžioje gyvenusiais kaime, miestelyje ar mieste. Tokiu būdu siekta atskleisti skirtingų (žiūrėjimo) patirčių aplinkybes, ir galimas jų sąsajas su socialiniais, ekonominiais ir geografiniais veiksniais.

Tyrimo dalyvių profiliai. Tyrimo dalyvių atrankos metu buvo siekiama surasti skirtingo amžiaus, skirtingų gyvenamųjų vietovių (didmiesčiai, miesteliai, kaimai), lyčių, tautybių asmenis. Tyrime dalyvavo 36 asmenys (dalis giluminių interviu buvo daromi su žmonėmis iš fokus grupių). Tyrimo dalyvių pasiskirstymas pagal amžių: 20–25 m. – 1 dalyvė, 26–35 m. – 10 dalyvių, 36–45 m. – 6 dalyviai, 46–55 m. – 5 dalyviai, 56–65 m. – 10 dalyvių, 66–75 m. – 4 dalyviai. Iš jų buvo 31 moteris, 5 vyrai (registracijos į fokus grupes formoje buvo prašoma nurodyti savo lytį: moteris, vyras, nebinarinė ar kita, tačiau atskirai interviu teikusių asmenų neklausta apie jų lytinę tapatybę, todėl šie skaičiai yra prielaida). 19 gyvena didmiesčiuose – Vilniuje, Kaune, Klaipėdoje, Šiauliuose (dešimtajame deš. 17), 12 kituose miestuose: 10 informančių iš Šilutės (informacijos apie jų gyvenimo vietą dešimtoju dešimtmečiu neturima), 4 rajonuose (dešimtajame deš. – 6). Viena dalyvė šiuo metu gyvena ne Lietuvoje, tačiau dešimtajame deš. gyveno miesto rajone. Tyrimo metu nebuvo klausama apie žmonių etninę tapatybę, išskyrus registruojant į paskutinę fokus grupę, tačiau iš pokalbių galima suprasti, kad etninių ir kalbinių mažumų pasiekti nepavyko. Etninių ir kalbinių mažumų atstovų buvo ieškota tikslingai, tačiau įtraukti į tyrimą nepavyko.

Tyrimo dalyvių profiliai aprašomi remiantis interviu ir fokus grupių metu jų suteikta informacija, tačiau gali būti netikslūs. Tyrimo duomenyse dalyvių gyvenamoji vietovė nurodoma skliaustuose, drauge su jų amžiumi, tais atvejais, kai dalyvių gyvenamoji vieta nepriklausomybės pradžioje buvo kita, nei dabartinė, pirma nurodoma gyvenamoji vieta nepriklausomybės periodu, antra – dabartinė, pvz. Mosėdis/Kaunas – pirmais nepriklausomybės laikotarpiu dešimtmečiais gyventa Mosėdyje, dabar – Kaune.

Analizės eiga. Fokus grupių ir giluminių interviu įrašai buvo transkribuoti ir su koduoti. Pradinės temos ir kategorijos apibrėžtos pagal drauge su filmo kūrėjomis sudarytas interviu gaires ir siekiant atsakyti į užsakymo metu identifikuotus svarbiausius klausimus, kurie buvo papildomai tikslinami susitikimų su kūrėjomis metu. Koduojant interviu buvo identifikuotos kategorijos ir subkategorijos, praplečiančios pradinės temas ir kategorijas, bei kylančios iš duomenų.

Buvo aiškinamasi žiūrėjimo ir nežiūrėjimo priežastys bei aplinkybės, kokios telenovelės, herojai ir akimirkos žiūrovams įsiminė, kaip telenovelės darė įtaką jų kasdieniam gyvenimui bei jame aktualizavosi. Buvo gilinamasi į šeimos ir žmonių santykius, vyro ir moters roles, įvaizdžius ir seksualumą kasdieniniame gyvenime ir telenovelėse. Daug dėmesio skirta pirmojo nepriklausomybės dešimtmečio prisiminimams siekiant suprasti telenovelių žiūrėjimo ir išpopuliarėjimo kontekstą. Be šių aspektų, kurie yra matomi kodų lentelėje (Priedas Nr. 1), tyrėjų komanda gilinosi ir į tyrimo metu iškilusius naujus klausimus. Tarp paminėtinų yra žiūrėjimo priežasčių ir aplinkybių skirtumai tarp kartų bei darbo ir laisvalaikio santykis. Tyrimo dalyvių pasakojimuose kaip svarbūs atsiskleidė vaikų ir tėvų santykiai pirmuoju nepriklausomybės dešimtmečiu ir šių santykių sąsajos su telenovelių žiūrėjimo ir populiarumo priežastimis tarp dabartinių 30-mečių ir 40-mečių, arba devintojo dešimtmečio vaikų.

BENDROS TYRIMO ĮŽVALGOS (1)

TELENOVELĖS: LOTYNŲ AMERIKOS IR VISŲ KITŲ SERIALŲ DISTINKCIJOS PROBLEMA

Daugelis žiūrov(i)ų supina įvairius serialus į vieną galvodami apie juos retrospektyviai, ir panašiau, kad daugeliui jų tai nėra atminties klausimas. Veikia, joms ir jiems nėra taip svarbu, ar serialai Lotynų Amerikos, ar ne. Lotynų Amerikos telenovelių griežtą atskyrimą nuo kitų serialų dažnai apsunkina tai, kad, panašiai kaip „Vergė Izaura“, „Santa Barbara“ yra tapusi tam tikru bendrinio pavadinimu apibūdinant telenoveles arba dramatiškas gyvenimo situacijas.

LAISVALAIKIS ATSIETAS NUO TELENOVELĖS / TELEVIZORIAUS ŽIŪRĖJIMO PRAKTIKOS

Tam, kad galėtume suprasti, ar telenovelių žiūrėjimas buvo laisvalaikio dalis, paklausėme bendro klausimo apie laisvalaikį. Iš atsakymų į šį klausimą panašu, kad laisvalaikis buvo visa kita: pirtis, kelionės į gamtą, koncertai ar kokie nors specifiškesni užsiėmimai. Telenovelė atsiskleidžia suvokiama kaip kažkas kito, nei laisvalaikis: ji tarsi turi atskirą – pabėgimo – laiką kasdienoje.

„NUOŠIRDŪS“ ŽIŪRĖTOJAI IR NEŽIŪRĖTOJAI: KATEGORIJŲ TAKUMAS

Iš turimos medžiagos ryškėja, kad serialų žiūrėtojos/ai ar nežiūrėtojos/ai apibrėžia gana daug skirtingų kategorijų, ir tiek žiūrėjimo, tiek nežiūrėjimo priežastys buvo ir tebėra įvairios: nuo laiko turėjimo ar neturėjimo, iki estetinių ar vertybinių priežasčių, šeimos įpročių, gyvenamos vietovės (skiriasi mieste gyvenančių žmonių, kurios dirbo fabrike ar kitur, kur aiškiai struktūruotas darbo ir nedarbo laikas, bei žmonių, kurios dirbo kaime, augino gyvulius, ir kur darbo ir nedarbo laikas struktūruojasi kitais principais, potyriai) ir t.t. Įdomu, kad tyrime atsiskleidžia, jog jaunesni žmonės buvo didesni žiūrėtojai, nei vyresni žmonės.

Iš vyresnių tyrimo dalyvių pasakojimų matyti, kad serialų žiūrėjimas žmonėms, kurie nepriklausomybės laikotarpiu pradžioje buvo darbinio amžiaus, nebuvo labai didelės svarbos užsiėmimas ar nebuvo tai, apie ką sukasi jų laikas. Serialai buvo žiūrimi po darbo, gal kartais darbe, turint galimybę ar laisvą akimirką, labai dažnai – užsimiršimui. Užsimiršti galimai norėjosi dėl labai slogaus socioekonominio peizažo: žlungantys verslai, smurtas, mafijos persekiojimai, asmeniniai bankrotai. Jaunų paauglių ir vaikų gyvenimuose serialai įsiterpdavo tarp jų pamokų mokykloje ir užklausinės veiklos, laikas jiems tarsi buvo nedalijamas su jokia kita veikla.

BENDROS TYRIMO ĮŽVALGOS (2)

DIRBANTYS SUAUGĘ IR TELEVIZIJOS BEI TELENVELIŲ ŽIŪRĖTOJAI VAIKAI

Kalbant su tyrimo dalyviais atsiskleidė, jog dažnai dabar vyresnio amžiaus (50–60 m.) tyrimo dalyviai, anuomet auginę vaikus, intensyviai dirbo ir neturėjo laiko nuosekliai žiūrėti serialus. Sunkmetis, ekonominis ir politinis neužtikrintumas vertė žmones sunkiai dirbti (darbuose, namuose, kaimuose, žemės sklypuose auginant maistą), o norint įsigyti prekes, kurių ypač reikėjo jaunoms šeimoms, stovėti eilėse naktimis. Jaunesni informantai (30–40 m.) itin gerai prisimena telenoveles, jų veikėjus ir siužetus, žiūrėjimo aplinkybes. Televizorius neretai būdavo vaikų aukle, užimdamas juos iki grįžtant tėvams. Daugelyje pokalbių galima pastebėti vieniškumo pojūtį kalbant apie telenovelį ir televizoriaus žiūrėjimą po pamokų bei laukiant tėvų. Taigi tyrimo komandai, pasirodė, jog televizorius ir vaikystė atsiskleidė kaip viena ryškesnių prieigų pasižiūrėti į to laikmečio telenovelį žiūrėjimo fenomeną.

NAMŲ ŠEIMININKĖS

Svarbu atkreipti dėmesį, kad žiūrėjimo aplinkybės ir priežastys retai buvo susijusios su moterų laisvu laiku ir moterų kaip namų šeimininkių vaidmeniu. Visos kalbintos moterys anuomet turėjusios šeimas dirbo ir augino vaikus, bei turėjo kitų įsipareigojimų. Kartais tai būdavo stovėjimas eilėse, įskaitant naktį, kartais rūbų mezgimas vaikams, ūkio darbai. Nuovargis, laiko trūkumas ir sunkus darbas buvo vienas iš laikmečio bruožų. Telenovelį žiūrėjimas vykdavo aplink šias veiklas, pertraukose ar planuojant laiką aplink jas, pabėgant nuo kasdienybės.

ĮVAIRŪS ŽIŪRĖJIMAI: ĮSITRAUKĘS, AUTOMATINIS, FONINIS, EPIZODINIS

Žiūrėjimo būdai buvo įvairūs. Dalis tyrimo dalyvių prisimena kaip buvo žiūrima įsitraukus, darbai planuojami aplink mėgiamus serialus arba pradedama žiūrėti automatiškai vieną po kito serialo, tačiau kita dalis dalyvių įvardino žiūrėjimą kaip foninį (įjungus televizorių užsiimama kitais reikalais). Kai kurios dalyvės telenoveles žiūrėdavo epizodiškai tik tam tikromis aplinkybėmis. Tyrimo dalyvės ir dalyviai, pasakojusios ar pasakoję, kad ir dėl kokių priežasčių telenovelį nežiūrėjo, dažniausiai vis tiek buvo jų matę, kažkada žiūrėję.

BENDROS TYRIMO ĮŽVALGOS (3)

ŽIŪRĖJIMAS KARTU – KOLEKTYVINIS ŽIŪRĖJIMAS

Tyrimo metu atsiskleidė ir vienišo vaiko prie televizoriaus leitmotyvas, ir, drauge, kolektyvinio žiūrėjimo svarba. Tyrimo dalyviai maloniai prisimena kaip televizorius ir telenovelių žiūrėjimas tapdavo šeimos vakaro tradicija, kartu leidžiant laiką ar bendraujant apie telenoveles. Kai kurie anuometiniai vaikai prisimena ir žiūrėjimą kaip laiką su savo seneliais, dažniau močiutėmis. Kaimelio bendrabutyje kolektyvinis žiūrėjimas vykdavo ir tarp kaimynų, kurie užeidavo žiūrėti televizoriaus kartu, kartais dėl praktinių priežasčių – jų televizorius neveikdavo arba kažkas turėdavo geresnį.

PASAULIO PAŽINIMAS

Tyrimo dalyviams aptariamuoju laikotarpiu bendras noras pamatyti kitokį pasaulį – telenovelės buvo įrankis tam. Tyrimo dalyviai pasakoja domėjęsi egzotika ir kitoniškumu, naujovėmis ir kitokiu gyvenimu. Buvo įdomu viskas, kas nauja. Kartais žiūrėjimo priežastys buvo labiau pažintinės negu dėl susidomėjimo serialo siužetu. Kai kurie tyrimo dalyviai paminėjo, jog anuomet būtų žiūrėję bet kokių kitų šalių serialus, nors šiandien rinktųsi kelionių laidas.

„VERGĖ IZAURA“ IR „LAUKINUKĖ“

Tyrimo metu buvo paminėta nemažai skirtingų telenovelių, tačiau „Vergė Izaura“ ir „Laukinukė“ įvairiuose kontekstuose buvo minimos dažniausiai ir, anot tyrimo dalyvių, įsiminė labiausiai. „Vergė Izaura“ dažnai minėta pasakojant bendrai apie laikmetį, kaip bendrinis pavadinimas visiems Lotynų Amerikos serialams, kaip savotiškas tropas. Šios telenovelės atrodo kaip kartų takoskyra: vyresni žiūrovai ryškiausiai atsiminė „Vergė Izaurą“, jaunesni – „Laukinukę“.

LITERATŪROS APŽVALGA

Telenovelių fenomenas gana plačiai tyrinėjamas komunikacijos, medių ir kultūros studijų kontekste, kur analizuojama ir aprašoma telenovelių kaip kultūrinio Lotynų Amerikos produkto istorija ir vystymasis įvairiose Lotynų Amerikos šalyse, tarptautinio išplitimo ir populiarumo priežastys, auditorijos santykis su jomis, telenovelių kaip kultūrinių tekstų struktūra ir reikšmė.

Telenovelių istorija atskleidžia, kad tai kultūrinis produktas, kuris vienu metu vystėsi visame regione ir vargu ar galėtų būti išskirtinai siejamas su viena konkrečia šalimi. Gana universaliai šis produktas vertinamas kaip vienas išskirtiniausių ir sėkmingiausių Lotynų Amerikos kultūros eksporto pavyzdžių. Ibsen Martinez straipsnyje „Romancing the Globe“ (2005) telenovelių žanro ištakas Lotynų Amerikoje sieja su Kuba. 19 a. pabaigoje, Kubai esant Ispanijos kolonijai, pagrindinis eksportas buvo cigarai, todėl daugybė žmonių sunkiomis sąlygomis dirbo šioje industrijoje. Tuo metu Kubos cigarų gamyklose buvo įsteigta nauja pareigybė – lector de tabaquería, kurios užduotis buvo garsiai ir raiškiai skaityti romanus ilgas monotoniškas valandas tabako lapus sukantiems darbininkams. Prasidėjus radijo erai, serijinės melodramos buvo skaitomos radijo bangomis, o vėliau ir televizijoje. 1959 m. Fidelui Castro užėmus valdžią Kuboje, daugybė Kubos prodiuserių, režisierių, aktorių ir rašytojų pasklido po Argentiną, Braziliją, Kolumbiją, Meksiką, Venesuelą ir kitas Lotynų Amerikos šalis, kur prisidėjo transformuojant serijinius romanus į modernias telenoveles.

1960–1970 metais scenarijai ir žmonės judėjo per visą Lotynų Ameriką ir telenovelės nuo pat pradžių buvo eksportuojamas žanras. Tai gerai iliustruoja tokių telenovelių kaip „Simplemente Maria“ pavyzdys, kurią telenovelių rašytojas Alberto Barrera Tyszka pavadino pradžios mitu (angl. founding myth). Anot jo, daugybę metų dauguma telenovelių buvo tiesiog šios telenovelės temų ir siužetų variacijos. 1969 m. Peru sukurta telenovelė apie iš kaimo į Limą atsikrausčiusią merginą, kuri patiria daug sunkumų, tačiau dėl sunkaus darbo ir siuvimo įgūdžių (siuva „Singer“ siuvimo mašina) pakyla socioekonominiais laiptais. Istorija tapo nepaprastai populiari Peru ir greitai perkurta kitose Lotynų Amerikos šalyse. „Singer“ siuvimo mašinų pardavimai šovė į aukštumas, todėl nenuostabu, kad „Singer“ gausiai pirkto reklamą perkuriant telenovelę kitose šalyse. Arvind Singhal & Everett M. Rogers straipsnyje „Television soap operas for development in India“ (1988) aprašo ir kitą šios telenovelės įtaką. Meksikoje „Simplemente Maria“ sėkmė tapo įkvėpimo šaltiniu pro-developmentalistinėms (angl. pro-development) telenovelėms, kurios pradėtos kurti apie 1974 m. Šių telenovelių paskirtis buvo ne tik suteikti pramogą, bet ir subtiliai perduoti edukacinę žinutę, kuri skatintų vadinamojo trečiojo pasaulio visuomenės vystymą(si), t.y. padėtų žiūrovams suvokti jų socialinių problemų realybę ir siekti galimų sprendimų.

Septintajame dešimtmetyje „Televisa“ Meksikoje, „Venevision“ Venesueloje ir „Globo TV“ Brazilijoje iškilo kaip didieji telenovelių prodiuseriai ir kūrėjai. Nors telenovelės populiarumu greitai aplenkė ir iš Lotynų Amerikos rinkos išstūmė amerikietiškas muilo operas, JAV įtaka išliko kita forma – JAV kompanijos „Colgate-Palmolive“, „Procter & Gamble“ ir kitos buvo didžiausios telenovelių produkcijos rėmėjos. John Sinclair straipsnyje „Latin America's impact on world television markets“ teigia, kad nepaisant to, jog telenovelės ir muilo operos buvo vystomos tų pačių kompanijų pinigais, dauguma autorių labai aiškiai atskyrė telenovelės žanrą nuo vadinamųjų muilo operų. Vienas pagrindinių skirtumų – trukmė. Muilo operos gali tęstis metų metus, o telenovelė turi aiškią pabaigą, trunka tarp 6-12 mėnesių, o pasakojimo struktūra aiškiai susideda iš pradžios, vidurio ir pabaigos. Skiriasi ir tematikos: telenovelių drama dažniausiai remiasi šiuolaikiniais socialiniais konfliktais ir problemomis, o muilo operos daugiau remiasi individualiais veikėjais ir standartiniais siužetais. Ibsen Martinez straipsnyje „Romancing the Globe“ taip pat pabrėžia, kad nors romantika ir intriga yra abiejų žanrų siužetų varomoji jėga, tačiau kontekstas, kuriame ir kaip jos vystosi, yra labai skirtingas. JAV muilo operos dažniausiai neturi istorinio, politinio ar socialinio konteksto, o telenovelėse kliūtys, su kuriomis susiduria pagrindiniai veikėjai dažnai yra skurdas, klasių konfliktas, institucinis nestabilumas. Per laiką susiklostė tam tikri telenovelių skirtumai Lotynų Amerikos šalyse – meksikietiškos telenovelių bruožu tapo melodrama, o brazilškos pasižymėjo didesniu socialiniu realizmu ir netgi vaizdavo tokias socialines situacijas kaip narkotikų vartojimas, etniniai santykiai, seksas ir pan.

Apie 1980 m. didiesiems telenovelių gamintojams pradėjus telenovelių eksportą į JAV ir Europą jos greitai populiarėjo tarp ispaniškai ir portugališkai kalbančių bendruomenių. Tyrėjai (Sinclair 2009, Antonio C. La Pastina and Joseph D. Straubhaar 2005, Martínez 2005) šį telenovelių išplitimą ir populiarumą ispaniškai-portugališkai kalbančių šalių ir bendruomenių atvejais aiškina kultūriniu-lingvistiniu artumu, tačiau tai visiškai nepadaeda paaiškinti po to sekusio milžiniško telenovelių populiarumo Rytų Europoje ir kituose pasaulio regionuose.

Griuvus Sovietų Sąjungai telenovelių gamintojai greitai pastebėjo galimybes regione, nes buvusių Sąjungos ir Rytų bloko šalių televizijos kūrėsi iš naujo, o kartu neturėjo pakankamai lėšų įpirkti JAV ar Europos produkcijos. Patrick Jucaud, DISCOP organizacijos, platinančios telenoveles regione, vadovas, teigė, kad telenovelių prodiuseriai buvo pakankamai toliaregiški ir rytų europiečiams pateikė labai gerus pasiūlymus, tad Lotynų Amerikos kompanijos buvo pirmosios padėjusios neturinčioms pinigų televizijoms pradėti veiklą. Telenovelėse plėtojamos temos – ištrūkimas iš skurdo, ekonominių sunkumų įveikimas, rezonavo šalyse, kurios po socializmo kūrėsi iš naujo. „Kai žiūri į šalis, kuriose vyksta greita industrializacija ir urbanizacija su visomis iš to kylančiomis įtampomis šeimai ir asmeniniams santykiams, Brazilijoje ar Meksikoje sukurtas [produktas] 90-ųjų rusams aktualesnis, nei „putojanti“ amerikietiška komedija vykstanti Los Andžele“, teigia Teksaso

universiteto profesorius J. D. Straubhaar. Telenovelės labai greitai išpopuliarėjo regione. Rusijoje telenovelė „Turtuoliai irgi verkia“ populiarumu aplenkė tuo pat metu rodytą „Santą Barbarą“. „Moscow Times“ apie telenovelės „Turtuoliai irgi verkia“ sėkmę rašė, kad „kai serialas prasidėdavo, gatvės ištuštėdavo, televizorius pardavinėjančiose parduotuvėse susirinkdavo minios, Azerbaidžano–Armėnijos fronte nutildavo šūviai“. Chistina Slade straipsnyje „Telenovelas and Soap Operas: Negotiating Reality from the Periphery“ pastebi, kad pasakojimai apie dėl telenovelių sustabdytus valstybinės svarbos susitikimus ar parlamento posėdžius yra sutinkami visose šalyse, kur rodytos telenovelės, nors jų autentiškumu derėtų abejoti. Tačiau tai parodo milžinišką telenovelių sėkmę. Apskritai globali telenovelių sėkmė dažnai vertinama kaip atvirkštinio kultūrinio imperializmo pavyzdys arba, kaip vienas akademikas įsimintinai pavadino, „Montezumos kerštas“. Tai yra vienas iš gana retų pavyzdžių, kai periferijoje sukurtas kultūrinis produktas tampa globaliai sėkmingu ir dominuojančiu.

Kaip paaiškinti telenovelių sėkmę už Lotynų Amerikos regiono ir ispaniškai-portugališkai kalbančių bendruomenių ribų? Apibendrinamas John Sinclair straipsnyje „Latin America's impact on world television markets“ išskiria tris paaiškinimo kryptis: antropologinę, ekonominę ir laiko. Anot autoriaus, antropologinė perspektyva teigia, kad telenovelė kaip žanras yra paremta gana universalėmis temomis, o jų paprastas melodraminis naratyvas suprantamas ir vertinamas įvairiausių auditorijų. Straubhaar išplėtė kultūrinio artumo (cultural proximity) koncepciją papildydamas ją „žanro artumu“ (genre proximity), „teminiu artumu“ (thematic proximity) ir „vertybiniu artumu“ (value proximity). Žanro artumas paaiškina, jog kai kuriose visuomenėse telenovelės rezonuoja su tradicinėmis istorijų pasakojimo formomis. Teminis artumas reiškia, kad auditorija įsitraukia į istorijas apie universalius modernizacijos ir urbanizacijos potyrius. Vertybinis artumas yra kai tradicinės vertybės triumfuoja jų konfrontacijoje su modernybe. Vertybinio artumo, ar, tiksliau, jo nebuvimo pavyzdys gali būti Kinijos atvejis: JAV produkcija, autorių teigimu, Kinijoje neveikia, nes yra daugiau apie individualų, nei kolektyvinį potyrį. Kita vertus, telenovelės Kinijos auditorijai temos prasme artimesnės, nes atskleidžia visuomenių, išgyvenančių industrializaciją, gyvenimo realybę.

Telenovelių populiarumui suprasti svarbi ir ekonominė perspektyva. Telenovelių gamyba buvo sąlyginai pigi, lyginant su JAV produkcija, o savo šalyse generuojamos reklamų pardavimų pajamos praktiškai padengė visą produkcijos kainą. Dėl šių priežasčių gamintojai telenoveles užsienio rinkai galėjo pardavinėti pigiau, nei atsiėjo jų gamyba. Tai paaiškina jų išplitimą kitų regionų televizijoje. Ekonominis aspektas buvo svarbi priežastis telenovelėms plisti Rytų Europoje devintuoju ir dešimtuoju dešimtmečiais. Sinclair teigimu, telenovelių sėkmę galima paaiškinti ir iš laiko perspektyvos. Daugumoje šalių buvo laikomasi tos pačios rodymo logikos: telenovelės rodomos kiekvieną savaitės dieną, tuo pačiu metu. Tokiu būdu jos integravosi į kasdienybę ir tapo tam tikru kasdienybės ritualu, kuris turėjo socialinę vertę – žiūrima

ir diskutuojama tam tikruose socialiniuose kontekstuose.

Slade straipsnyje „Telenovelas and soap operas: Negotiating reality from periphery“, aptardama telenovelių sėkmę, pabrėžia, kad dalis telenovelių malonumo kyla iš to, kad jos tampa priemonėmis bendrauti apie sudėtingas temas su šeima, draugais ir artimaisiais. Martin-Barbero teigia, kad tikroji telenovelių prasmė ir malonumas slypi ne pačioje telenovelėje, bet labiau diskusijoje apie ją šeimoje, tarp kaimynų, darbe ir draugų ratuose. Slade pabrėžia, kad tarptautinė telenovelių sėkmė slypi tame, jog žiūrovai lygina savo ir telenovelėje vaizduojamo gyvenimo panašumus ir skirtumus. Taigi traukia pažįstamo ir svetimo derinys.

Autorių pastebėjimai literatūroje iš esmės rezonuoja su šio tyrimo metu surinktais duomenimis. Dalis tyrimo dalyvių kalbėjo apie tai, kad žiūrėti traukė telenovelėse matomas gyvenimo kitoniškumas. Kai kurie tyrimo dalyviai pastebėjo, koks dramatiškas ir kažkuriais savo elementais panašus į telenoveles buvo gyvenimas nepriklausomybės pradžioje. Tarp tyrimo metu surinktų pasakojimų yra ir dalyvių pasidalinimai kaip telenovelės tapo pagrindu kalbėtis apie tokias mažai aplinkoje liečiamas temas kaip seksualumas. Apskritai telenovelės buvo aptarimo ir bendravimo tema. Daugybė tyrimo metu surinktų duomenų rodo, kad telenovelių žiūrėjimas dažnai buvo kolektyvinė patirtis: žiūrėta su šeimos nariais vakarienės metu, su seneliais, leidžiant laiką su tėvais, darbovietėse, su kaimynais. Tai iš esmės atliepia pastebėjimus apie tai, kad telenovelės malonumas slypi bendrame žiūrėjime ir bendravime apie ją. Laiko elementas taip pat išryškėjo: kai kurie tyrimo dalyviai kalbėjo apie tai, kad telenovelės, rodomos kiekvieną dieną tuo pačiu metu, tapdavo tam tikru kasdienybės ritualu. Žinoma, tokio pobūdžio ir masto tyrime negalima daryti Lietuvos visuomenę apibendrinančių išvadų, bet pažymėtina, kad sąsajos tarp literatūroje pristatomos teorijos ir empirinių duomenų yra ryškios.

REKOMENDUOJAMA LITERATŪRA

„To be continued...: Soap operas around the world“ (Robert C. Allen, 1994)

Allen (1994) apžvelgdamas visus knygoje sutelktus tyrimus teigia, jog net kritikai nerašydavo apie telenoveles, kaip kad maisto kritikai nerašydavo apie McDonald's, nes neverta rašyti apie šlamštą [1]. Taip pat įžangoje minima, jog telenovelė buvo tarsi pretekstas atsitraukti nuo visų namų ūkio darbų. Aprašomas stereotipas apie telenoveles žiūrinčiuosius – jie nurodomi kaip kenčiančiantys nuo emocinio, psichologinio ar socialinių santykių trūkumo. 1960-ųjų pradžioje šie rezultatai buvo gauti darant metodologiškai abejotiną apie telenovelių klausytojas, tačiau šis įsivaizdavimas perkeltas ir apie televizijos telenovelių žiūroves (Allen 1994).

Allen (1994) teigia, jog pats muilo operos pavadinimas yra ironiškas. Žodis „muilas“ siejamas su serialų ankstyvąja forma, kai jie buvo skirti reklamuoti namų valymo produktus, tuo tarpu „opera“ yra aukščiausia dramatinio meno forma. Šių žodžių samplaika skamba ironiškai, lygiai taip pat kaip 1930-aisiais vesternai buvo vadinami „arklių operomis“ (angl. horse opera).

„Montezuma's revenge: Reading los ricos también lloran in Russia“ (Kate Baldwin, 1994)

Baldwin (1994) savo straipsnyje detalai aptaria kaip atrodė tipinis telenovelių transliavimas 1992 m., minimi serialai „Turtuoliai irgi verkia“, „Dinastija“, „Dalosas“. Šiame tyrime taip pat minima kaip žurnale „Literaturnaia Gazetta“ muilo operos buvo įvardinamos kaip masinė psichoterapija, kuri pakeitė „tikrą stresą dirbtiniu stresu.“

N.B. publikuota Robert C. Allen (1994) sudarytoje knygoje „To be continued...: Soap operas around the world“.

[1] *[S]erials have been regarded as some form of trash by critics and commentators virtually everywhere their popularity has prompted public comment: as waste-of-time women's trash (US daytime soaps); glitzy, tasteless trash (Dallas and Dynasty); glitzy, tasteless, American cultural-imperialist trash (Dallas in France); badly-produced trash (Mexican serials); adolescent trash (Neighbours); adolescent, colonial revenge trash (Neighbours in Britain); etc., etc. (Allen 1994)*

„Ugly Betty“ (Oswald Hugo Benavides, 2008)

Benavides (2008) teigia, jog melodramoje „Betė – bjaurusis ančiukas“ (is. Betty la Fea) pačioje siužeto struktūroje buvo pateikti neheteronormatyvūs (queer) elementai. Betė seriale elgiasi ir rengiasi stereotipiškai, tačiau vieni iš reikšmingiausių queer elementų, teigiama, yra jos homoseksualaus brolio tapatybė ir jos tėvo imigracijos problemos. Teigiama, jog šios istorijos detalės padeda serialui išlikti nuoširdžiam, turėti platesnį atpažįstamumą socialinės politikos klausimuose ir suteikia galimybę priimti rasiškai provokatyvų turinį.

„Post-soviet cinematic nostalgia: From “elite cinema” to soap opera“, Svetlana Boym (1995).

Autorė analizuoja nostalgijos fenomeną konstruojamą kinematografijos pagalba. Straipsnyje apžvelgiamas posovietinis elito kinas, žvilgsnis nukrypsta ir į telenoveles „Ir turtuoliai verkia“ bei „Tiesiog Marija“. Čia rezonuoja keletas aspektų: žmonėms pabodęs sovietinis televizijos turinys ir noras kažko kito, bei bendras posovietinio telenovelių žiūrovo portretas.

„Pleasuring body parts: women and soap operas in Brazil“ (Lisa Brown, 2009)

Straipsnyje gilinamasi į sąsajas tarp muilo operose matomų moteriškumo modelių ir Brazilijos moterų (ypač žemesnio socialinio sluoksnio, kurios dažniausiai dirba samdomomis namų šeimininkėmis) seksualumą ir kūniškumą.

„The role of soap opera in the development of feminist television scholarship“ (Charlotte Brunsdon, 1994)

Brunsdon teigia, jog vėlyvuose aštuntajame ir devintajame dešimtmečiuose terminas „muilo opera“ buvo naudojamas labai plačiai apibūdinti skirtingą turinį: Pietų Amerikos telenoveles, JAV dieninius serialus, britų socialinės realybės serialus ir JAV serialus rodomus geriausiu vakaro laiku.

N.B. publikuota Robert C. Allen (1994) sudarytoje knygoje „To be continued...: Soap operas around the world“.

„American kitchens, luxury bathrooms, and search for a ‘normal’ life in post-socialist Hungary” (Krisztina Fehervary, 2002)

Transformacijos laikotarpiu posovietiniame bloke žmonės „normaliomis“ apibūdindavo aukštos kokybės prabangos prekes ir gyvenimo aplinkas, kurios visiškai nebuvo įprastos. Autorius teigia, kad vidurinėsios klasės atstovai, kurie bandė įrodyti savo europiečių statusą, tokiu būdu bandė priartinti savo gyvenimą prie įsivaizduojamo vakarietiško gyvenimo standarto, kuris laikomas „normaliu“ gyvenimu, laikant viską, kas susiję su socialistine praeitimi „nenormaliu“. Nors periodas buvo pažymėtas ekonominiu nestabilumu ir milžiniška infliacija, žmonės buvo pasiryžę daryti viską ir aukotis, kad galėtų įsigyti vokišką buitinę įrangą, amerikietiškas šildymo sistemas ar itališkas plyteles ir pasistatyti didelius erdvius namus. Autoriui išreiškus nusistebėjimą tokiais dideliais namais ar prabangiais daiktais atsakydavo: „bet juk tai visiškai normalu“.

Nors analizuojamas Vengrijos atvejis, autorius teigia, kad tos pačios tendencijos kitų tyrėjų matomos ir kitose Centrinės Europos ir Baltijos šalyse. Būtent šios šalys sovietmečiu buvo identifikuojamos kaip vakarietišiausios sovietinio bloko šalys, bet režimui žlugus staiga tapo didžiosios Europos rytiniu pakraščiu ir prarado visą iki tol turėtą statusą. Drastiškai pasikeitus geopolitinei ir ekonominei situacijai buvo būtina įrodyti savo „vakarietiškumą“ naujame kontekste tiek sau, tiek Europos Sąjungai siekiant tapti jos nariais. Privataus gyvenimo sferoje to buvo siekiama per vartojimo prekes, erdves, išvaizdą ir kitus materialiosios kultūros elementus. Didelės, gerai įrengtos vonios ir virtuvės tapo svarbiausiais pasikeitimo ir naujo normalumo elementais, nes mažos sovietinės virtuvės ir vonios buvo tarsi socialistinio gyvenimo planavimo simboliai, įkūnijo prieš tai buvusio gyvenimo „nenormalumą“.

Straipsnyje konkrečiai nėra minimos telenovelės, tačiau autorius mini medijas kaip vieną iš elementų, kuris formavo įsivaizdavimą kaip atrodo tas „normalus“ vakarietiškas gyvenimas, kurio buvo siekiama. Straipsnyje gerai atskleidžiami materialiosios kultūros pokyčiai, kontrastai ir netgi paradoksai devintojo ir dešimtojo dešimtmečių transformacijos laikotarpiu.

„Doubtless to be continued: A brief history of serial narrative” (Roger Hagedorn, 1994)

Hagedorn teigia, jog serialai tapo nauja reklamos technologija, padedančia stimuliuoti vartojimą. Medijos industrijos nusprendė pasiekti didesnę populiaciją, o tai padaryti padėjo serialai, kurių tikslinė grupė buvo moterys ir vaikai.

N.B. publikuota Robert C. Allen (1994) sudarytoje knygoje „To be continued...: Soap operas around the world“.

„A market out of place? Remaking economic, social and symbolic boundaries in post-communist Lithuania“ (Pernille Hohnen, 2003)

Viena iš nedaugelio pirmojo nepriklausomybės dešimtemečio Lietuvos etnografijų. Autorė analizuoja Lietuvos visuomenės ir ekonominę transformaciją pasitelkdama Gariūnų atvejį. 1994–1995 metais atliktas lauko tyrimas Gariūnuose gyvai atskleidžia tuometinį Lietuvos visuomenės konteksto ekonominę ir moralinę dimensiją. Galėtų būti naudinga platesniam visuomenės gyvenimui tuo metu atskleisti.

„Televizijos serialų poveikis lyčių savivokai“ (Giedrė Jokužytė, 2011)

Tyrinėdama televizijos serialų poveikį lyčių savivokai, Jokužytė apžvelgia mokslinę literatūrą, aprašančią telenoveles kaip serialus, kurie pasižymi paprastomis, nenusipėjamomis instigomis, kurios sukasi aplink siužetinį „pelenės istorijos“ principą. Telenovelėmis įvardijami serialai su aiškia pabaiga, būdingesni Lotynų Amerikai, Indijai, Japonijai, Kinijai. Tokie serialai dažniausiai būna apie 100 serijų, per kurias viskas išsprendžiama, gėris nugali blogį, toliau ilgai ir laimingai gyvenama. Tokie serialai pasižymi emocingu, melodramatišku siužetu.

Jokužytė apžvelgia moters vaizdavimo televizijos serialuose kismą, kaip nuo XX a. 6 deš. JAV rodytuose serialuose moterys vaizduojamos kaip susituokę personažai namų aplinkoje iki XX a. 8 – 9 deš. televizijos serialų, kada moteris jau dažniau pateikiama kaip vieniša mama ar siekianti karjeros.

Lyčių rolių perėmimas iš televizijos serialų, anot Jokužytės, yra pakankamai retas reiškinys, todėl ji teigia, jog televizijos serialų poveikis lyties savivokai nėra visą auditoriją apimantis veiksnys. Dažniausiai jis papildo kitus savivoką formuojančius veiksnius. Tapatinimasis su televizijos serialų herojais įvardijamas kaip vienkartinis reiškinys, o serialų poveikis susiformavusios savivokos kismui būna trumpalaikis. Jokužytė mini, kad serialai, kuriuose vaizduojama netipiška moteris ar vyras, netipiškas elgesys, gali turėti didesnę poveikį auditorijos savivokai, nei kiti serialai.

„Ethnography of voting: Nostalgia, subjectivity, and popular politics in post-socialist Lithuania“ (Neringa Klumbytė, 2006)

Neringa Klumbytė yra viena iš žinomų antropologų tyrinėjančių posovietinę Lietuvą. Jos tyrinėjimų laukas yra politinė antropologija, sovietinė nostalgija, vėlyvojo sovietmečio ir posovietinės Lietuvos politinis kontekstas. „Ethnography Of Voting: Nostalgia, Subjectivity, And Popular Politics In Post-Socialist Lithuania“ yra N. Klumbytės disertacija, čia ji analizuoja Lietuvos politinį gyvenimą 2003–2004 metų rinkimų metu per sovietinės nostalgijos fenomeną. Nors tiesiogiai su šio tyrimo objektu nesusijusi, disertacija atskleidžia 2000–ųjų Lietuvos konteksto, žmonių pasakojimų apie gyvenimo pasikeitimą, tiršto to laiko etnografinio teksto.

**„One step forward, two steps back: women in the post-communist states“
(Suzanne LaFont, 2001)**

Straipsnyje aptariama moterų politinė ir ekonominė padėtis posocialistinėse šalyse. Pateikiamos įžvalgos apie moteris sovietmečiu: moterys dirbo daugiau, už mažesnę atlygį nei vyrai ir buvo ne tik darbininkės ir darbuotojos, bet ir motinos, bei namų šeimininkės. Straipsnyje kalbama apie lygių teisių iliuziją socializme: nors moterys tarsi galėjo dirbti visus darbus, dalyvauti politikoje, turėjo tam tikrą socialinę apsaugą, realybėje tai arba neveikė, arba buvo dar didesnė našta, nes nebūdavo pačių moterų sprendimai. Pasikeitus sistemai moterų padėtis iš esmės nepagerėjo: pirmąjį dešimtmetį moterys buvo menkai politiškai reprezentuojamos, sudarė didžiąją dalį bedarbių. Vis dėlto labai stipriai pasikeitė diskursas: ankstyvojoje nepriklausomybėje moterys buvo skatinamos sugrįžti į šeimą, vėl įtvirtinta šeima besirūpinančios moters rolė. Labai įdomus autorės pastebėjimas, kad visa vakarų feministinė diskusija moterims Lietuvoje asocijavosi su sovietmečiu ir sovietine ideologija. Galimybę likti namuose jos laikė išlaisvinančia, nes sovietmečiu darbas buvo privalomas.

N.B. Yra visa autorės knyga „Women in transition: Voices from Lithuania“.

„On “modern” Christians, consumption, and value of national identity in post-soviet Lithuania“ (Gediminas Lankauskas, 2002)

Straipsnyje analizuojama, kaip Lietuvoje atkūrus nepriklausomybę atsiradusios neo-protestantiškos religinės bendruomenės nariai pasitelkdami religiją ir prekes iš užsienio formuoja savo kaip kaip modernių subjektų tapatumą. Straipsnyje daug kalbama apie ankstyvosios nepriklausomybės kontekstą ir tai, kaip vartojimas tapo naujo tapatumo konstravimo priemone. Autorius po nepriklausomybės užplūdusias naujas konfesijas prilygina užplūdusioms vartojimo prekėms ir kultūriniais tekstams. Vestuvėse atlikta etnografija labai įdomiai atskleidžia tapatybės transformacijos mechanizmus nepriklausomybės pradžioje. Atskleidžiamas laikotarpio peizažas, kai keitėsi nusistovėjusios tapatumo ir bendrumo struktūros. Taip pat rašoma kaip pasipriešinimu sovietų valdžiai ir ideologijai grįstą nacionalinį tapatumą pakeitė bandymas pritapti prie modernių vakarų. Svarbiausia priemone jaunimo tarpe šiam bandymui pritapti tapo vakarietiškos mados, produktų, medijos, mašinų, religijos vartojimas. Autorius tai vadina savi-vesternizacija (self-Westernization).

„Her Stories: Daytime Soap Opera and US Television History“ (Elana Levine, 2020)

Levine analizuoja pirmąjį muilo operų periodą: kaip vyko muilo operų perkėlimas iš radijo į televiziją, kaip šis perėjimas veikė ir keitė kūrėjus, kaip buvo pritraukiami rėmėjai, rašytojai, personalas, talentingi aktoriai, kuriami ryšių tinklai ir kaip visa tai reiškėsi institucinę ir individualią praktikas. Šios knygos autorė apžvelgia kaip po Antrojo pasaulinio karo telenovelės buvo tarsi terapinė veikla. Muilo operos buvo svarbios subtiliame perėjime nuo vyro vartotojo prie moters. Knygoje analizuojamas ir antrasis muilo operų laikotarpis, kada telenovelė tampa viena sėkmingiausių verslo formų, tuo pačiu keldama daug svarbių socialinių, rasinės nelygybės ir reprodukcinės politikos klausimų. Pažymima, kad telenovelės buvo itin progresyvus proveržis ir kalbėjo temomis, kurios ligtol visuomenėje buvo tabu.

Analizuodama trečiąjį muilo operų periodą, Levine daugiausia apžvelgia 1980–2010 m. laikotarpį, telenovelės nuvertinimą bei ekonominę ir kultūrinę kritiką, kai ligtol plačiam žiūrovų ratui skirtas turinys tapo žiūrimas dažniausiai baltųjų vidurinėsios klasės namų šeimininkų.

„Rebel love: transnational teen TV vs. Mexican telenovela tradition“ (Eva Lewkowicz, 2014)

Anot Lewkowicz, 1980–1990 m. meksikiečių romantiškos telenovelės išpopuliarėjo kaip eksporto prekė, kurią vartodami žiūrovai aplink pasaulį rasdavo atpažįstamumą universaliose melodramiškosiose istorijose, ne visada atsižvelgiant į lokalias kultūrinės nuorodas ir nacionalizmą jų širdyse.

„Būti mama: vaiko priežiūros strategijos sovietinėje Lietuvoje 1945–1970 metais“ (Dalia Marcinkevičienė, 2008)

Nors straipsnis koncentruojasi į ankstesnį laikotarpį, negu analizuojamas šiame tyrime, jis naudingas siekiant suprasti moters rolę, šeimos dinamiką, vaikystę sovietmečiu. Viena svarbi straipsnyje pateikiama įžvalga yra jog sovietiniu laikotarpiu moterys labai daug dirbo dėl to, kad, iš vienos pusės, moterų atlyginimai buvo gerokai mažesni už vyrų, iš kitos pusės, nes savirealizacija darbe buvo matoma kaip asmeninis tikslas ir siekiamybė. Sovietmečiu moterys buvo labai stipriai įtrauktos į darbo rinką, bet darželių tinklas buvo nepakankamas, todėl buvo griebiamasi įvairių vaikų auginimų strategijų, kurių pagrindinės – giminaičių pagalba. Nesant giminaičių ir galimybių eiti į darželio ar mokyklos prailgintas grupes, vaikai dažnai likdavo vieni „su raktu ant kaklo“. Dažnai vyresni vaikai turėdavo auginti mažesnius brolius ir seseris.

Autorė taip pat pabrėžia, kad dauguma vyrų sovietmečiu buvo labai menkai įsitraukę į vaikų priežiūrą ir buities darbus, praktiškai visa našta ir atsakomybė guldavo ant moterų pečių: „Kaime gimę ir auge, tapę miestiečiais vyrai retai arba niekada nepadėjo dirbti namų ruošos ir vaikų priežiūros darbų. 1960 m. respublikos spauda oficialiai pripažino, kad sovietinėje šeimoje moterys yra labiausiai užimti šeimos nariai.“ Tai patvirtino ir vėlesni tyrimai. Jaunos moterys, norinčios dalyvauti kultūriniame ir visuomeniniame gyvenime, dažnai turėdavo sugalvoti įvairių strategijų priprašyti vyrą pabūti su vaikais, pavyzdžiui, nupirkti jam išgerti.

„Memory and form in the Latin American soap opera“ (Jesús Martín-Barbero, 1994)

Martín-Barbero rašo, kad perorganizuojant Europos nacionalinių televizijų sistemas, vykstant kanalų privatizacijai ir plėtrai, taip pat atsiradus kabelinėms ir satelitinėms televizijoms, padidėjo per televiziją rodomų programų laikas ir atsivėrė televizinių programų tarptautinė rinka. Būtent tuomet radosi galimybė žiūrėti argentinietiškas, kolumbietiškas, pervietiškas ir venesuelietiškas muilo operas. Teigiama, kad be pozityvios plėtros, Pietų ir Vidurio Amerikos telenovelių gamintojai galiausiai tiesiog pelnėsi egzotizuodami kultūrinius skirtumus.

Martín-Barbero cituodamas Bermúdez (1979) pažymi du telenovelių modelius. Vienas modelis yra paremtas Kubos radijo muilo opera: tai rimtesnis žanras, joje vyrauja širdį draskančios, tragiškos kančios. Jose vaizduojami pirminiai jausmai, aistros, be jokios dviprasmybės ar sudėtingai dramatiškos erdvės. Taip pat nėra aiškių nuorodų į laiką ar vietą, kur tai vyksta. Pagrindiniai konfliktai yra susiję su giminystės ryšiu ir griežta socialinių vaidmenų struktūra. Šio modelio sėkmingumas atsiskleidžia per telenovelių „Ir turtuoliai verkia“ ir „Vilkų lopšys“ (orig. Cuna de lobos) populiarumą.

Antrasis modelis yra atsiradęs kartu su 1968-ųjų braziliška muilo opera Beto Rockefeller. Šiame modelyje paliekamas melodramiškas, tačiau inkorporuojamas su kultūriniu tapatumu susijęs realizmas, per kurį telenovelėse vaizduojamas situacijas galima atpažinti kasdieniame gyvenime. Tokiose telenovelėse daug klasinių, teritorinių, bei meilės ir amžiaus temų. Istorijose pilna dviprasmybių, labai daug politinių ir istorinių temų, veikėjai labiau išlaisvinti nuo likimo. Geriausi šio modelio pavyzdžiai yra brazilų telenovelė „Vergė Izaura“, kolumbietiškos telenovelės „Aš tebesu karalius“ (orig. Pero sigo siendo el Rey), „Senas kuinas“ (orig. Caballo Viejo) ir kitos.

N.B. publikuota Robert C. Allen (1994) sudarytoje knygoje „To be continued...: Soap operas around the world“.

„Lytis, globa ir kultūriniai gerovės kapitalizmo barjerai Lietuvoje“ (Aušra Maslauskaitė, 2004)

Straipsnis apie kultūrinius barjerus, trukdančius lyčių lygybės užtikrinimui Lietuvoje. Įdomiausia ir aktualiausia dalis – įžvalgos iš tyrimo apie lyčių vaidmenų matymą, šeimą, romantinę meilę. Dalis duomenų lyginami su 1990 m. atlikto tyrimo rezultatais. Įžvalgos apie romantinės meilės suvokimą: „Romantinės meilės idealas, aktyviai eksploatuojamas populiariosios kultūros, tebeženklina moterų ir vyrų biografijas, paversdamas moteris partnerių globėjomis bei emocinio darbo ekspertėmis, o vyrus – emocinio darbo paslaugų gavėjais. Romantinės meilės utopijos idealai Lietuvoje nėra dominuojantys, nes 38 proc. Lietuvos gyventojų sutinka su teiginiu, kad „tikra meilė aplanko tik kartą gyvenime“, 45 proc. mano, jog „per gyvenimą žmogus gali mylėti keletą partnerių“, o 17 proc. nesutinka nė su viena iš šių nuomonių. Nors moterys dažniau nei vyrai deklaruoja ištikimybę romantinei meilei (atitinkamai 42 proc. moterų ir 34 proc. vyrų), tačiau šie idealai artimesni vyresniojo amžiaus moterims). <...> Įvertinant skirtingą kartų socialinę patirtį, kai jaunesnės kartos socialinė branda vyko pokyčių laikotarpiu, galima būtų manyti, jog panašios tendencijos turėtų atsikartoti ir vyrų grupėje. <...> Tačiau jaunesni vyrai dažniau nei vidutinio amžiaus vyrai pasisako už romantiškosios meilės idealą ir savo požiūriu daug panašesni į vyriausiosios amžiaus grupės vyrus.“

„Watching Clone: Brazilian soap operas and muslimness in Kyrgyzstan“ (Julie McBrien, 2007)

Straipsnyje aprašomas brazilškos telenovelės „Klonas“ populiarumo atvejis posovietinės Kirgizijos Bazaar-Korgon mieste. Autorė aprašo, kaip iš esmės nieko bendro su religija neturinti telenovelė, kurioje dalis veiksmo vyko Maroke ir vaizdavo musulmonus veikėjus, tapo islamo apsvaistymo priemone šalyje, kurioje sovietmečiu ir ankstyvuju nepriklausomybės laikotarpiu islamo kitose pasaulio šalyse matymas buvo labai ribotas. Straipsnis ir atvejis įdomus tuo, kad parodo, kaip auditorija iš esmės pritaiko ir interpretuoja telenovelės tekstą pagal savo kontekstą. Nors kituose kontekstuose orientizuoti „Klono“ siužetai ir vaizdai interpretuojami kaip stiprinantys neigiamus musulmonų stereotipus, Bazaar-Korgon gyventojai naudojo telenovelę praplėsti savo supratimą apie įvairius islamo modelius ir patirtis, diskutuoti apie tai, ką reiškia būti tikru musulmonu, savotiškai konstruoti savo pačių musulmonišką identitetą. Šio tyrimo kontekste straipsnis įdomus, nes parodo, kaip telenovelės tampa priemone apsvaistyti ir vertinti savo gyvenimą lyginant su tuo, kas yra vaizduojama ir savotiškai užpildyti trūkstamą informaciją apie pasaulį, kai kitais būdais to padaryti nebuvo įmanoma.

„Male Representation in Latin American Film and Soap Operas“ (Antonio Medina-Rivera, 2002)

Straipsnyje aptariami trys stereotipizuoti vyro modeliai, kurių pagalba kuriami personažai muilo operose: tipinis macho, *naujasis vyras* (*new and reformed male*) ir susilpnintas vyras (*weakened male* arba *the effeminate version*). Žvelgiama, kokią įtaką šie konstruktai turi moterų auditorijai. Autorius teigia, jog žiūrovėms moterims labiausiai patrauklus yra būtent naujasis vyras, mažiausiai – susilpnintas vyras.

„Ugly Betty goes global: Global networks of localized content in the telenovela industry“ (Jade L. Miller, 2010)

„Betė – bjaurusis ančiukas“ (is. *Betty la Fea*) neįprastai populiari kolumbietiška telenovelė pasiekė netgi 70 šalių ir buvo tokia populiari, jog buvo perkurta vietinių kūrėjų kitose šalyse (Mikos (2008), Sinclair (2008) teigia, kad serialas buvo perkurtas vietinėmis kalbomis ir motyvais Indijoje, Rusijoje, Vokietijoje, Vengrijoje, Graikijoje, Belgijoje, Meksikoje, Ispanijoje ir Kinijoje).

Miller teigia, jog už telenovelės populiaros nes rodomos neilgai, tačiau reguliariai. Tai skatina fanatišką žiūrėjimą, mat kaip The Dori Media VP ataskaitoje teigiama, nėra jokio kito turinio, kuris taip skatintų ištikimybę žiūrint kaip kasdienės melodramos. Esama ir išimčių, kai telenovelės rodomos ne kasdien. Tokiu atveju, jų populiarumą lemia kiti svertai, pvz. lokalizuotas, tačiau universaliai suprantamas turinys. Remdamasis Singhal ir Udornpim (1997) Miller teigia, jog archetipiniai naratyvo elementai esantys siužete suteikia telenovelei nesenstančio universalaus populiarumo.

Anot Miller, telenovelių universalumas atsiskleidžia per tris kategorijas:

1. Telenovelės dažnai seka populiaria siužeto linija nuo praščioko iki turtuolio iš „Pelenės“ pasakos, kur herojai pasiekia meilę ir sėkmę nepaisydami neįmanomų kliūčių (de Urbina and Lopez, 1999; Martinez, 2005).
2. Universalumas istorijoje planuojamas, siekiant suteikti galimybę daugiau žmonių tapatintis su pagrindine heroje (Singhal and Rogers, 1999). Dažnai toks herojus, su kuriuo lengva susitapatinti buvo iš priemiesčio į miestą atvykęs žmogus, siekiantis socialinės, romantinės ir ekonominės sėkmės.
3. Lokalus, bet universaliai suprantamas turinys papildytas melodrama ir humoru, suteikia patrauklumo ar netgi kelia priklausomybę žiūrėti ir sekti istoriją.

„The land of the telenovela in the age of social media. A study of the Brazilian prime-time soap opera and its online mediations from a social semiotic perspective for the purposes of informing communication theory and critical literacy practices“ (George Paszkiewicz Jr., 2015)

Paszkiewicz savo disertacijoje etnografijos būdu tyrinėja įvairias telenovelių (ne)žiūrinčiųjų bendruomenes internete. Viena iš tyrimo įžvalgų yra apie bendruomenes, kurios net pavadinime teigia, jog „nežiūri“ arba „nekenčia“ telenovelių, ar konkrečios telenovelės, ar konkretaus personažo. Tyrimas atskleidė, kad būtent tokioms bendruomenėms priklauso žmonės, kurie itin gerai žino telenovelių siužetus, personažus ir jiems nepatinkančius momentus.

Kaip teigia Paszkiewicz, ironiją galima matyti tame, jog žmonės žiūri telenoveles, nors jų interneto bendruomenė vadinasi „I don't watch novelas“. Turint omenyje vieną iš nežiūrinčiųjų telenovelių grupę, teigiama, jog joje dalinamasi mintimis, idėjomis, vyksta ginčai, kurie yra gerai artikuliuojami su pavyzdžiais ir viskas skirta paniekinėti telenoveles ar jose esančius komponentus.

„'In My Opinion, Work Would be in First Place and Family in Second': Young Women's Imagined Gender-Work Relations in Post-Soviet Lithuania“ (Herwig Reiter, 2010)

Straipsnyje tyrinėjamas jaunų Lietuvos moterų motinystės ir darbo matymas transformacijos kontekste. Remiamasi 2004 m. kokybiniu tyrimu apie darbo ir nedarbo reikšmę jauniems žmonėms posovietinėje Lietuvoje. Aprašomame istoriniame tyrimo kontekste įdomiausios įžvalgos apie dvi dideles lyčių santykių ir rolių transformacijas Lietuvoje: pirmoji penktojo deš. pradžioje, kai nepriklausomos Lietuvos konservatyvus krikščionišką šeimos modelį, kurioje moteris buvo namų šeimininkė, pakeitė sovietinė lyčių ideologija. Sovietinis visuotinis darbas realybėje reiškė, kad moterys tapo ir pinigus uždirbančiomis darbuotojomis, ir motinomis, ir žmonomis, ir namų šeimininkėmis tuo pat metu, o įstatymuose nurodyta lyčių lygybė niekuomet nebuvo praktiškai pasiekta ir moterys buvo menkai politiškai atstovaujamos. Antroji didžioji transformacija buvo dešimtajame dešimtmetyje, kai prasidėjo demokratizacijos ir marketizacijos procesai, nebeliko valstybės garantuojamo darbo visiems. Nepriklausomybės pradžioje moterų darbas buvo laikoms kaip pirmas sovietinės ideologijos ir modernizacijos projekto. Šita naratyvą smarkiai diegė itin stiprią įtaką visuomenėje turėjusi katalikų bažnyčia.

Vis dėlto, vyrų kaip šeimos išlaikytojų modelis buvo stiprinamas tik pačioje nepriklausomybės pradžioje. Sudėtinga ekonominė situacija ir skurdas nelabai leido šitam modeliui įsitvirtinti ir egzistuoti realybėje. Tokioje ekonominėje situacijoje moterų indėlis į šeimos pajamas buvo būtinas, tačiau tai nepakeitė moterų kaip pirmiausia besirūpinančių vaikais ir namais rolės.

Straipsnyje pateikiama kokybinė interviu analizė išskiriant 7 darbo ir šeimos derinimo modelius, kuriuos turėjo informantės. Nors jie skirtingi, ryški tendencija, kad merginos pirmenybę teikė darbui, bet neapleido ir šeimos vizijos, tik siekė ją nukelti vėlesniam laikui. Autorius pastebi, kad iš esmės nepaliekamas sovietinis dirbančios mamos modelis, buvusi dviguba našta virsta, dvigubu neaiškumu. Autorius teigia, kad tyrimo metu išryškėjusios tendencijos iš esmės sutampa su kitų tyrimų išvadomis, kad moterys užaugusios buvusiose socialistinėse šalyse labai stipriai siekia nepriklausomybės.

„Latin America's impact on world television markets“ (John Sinclair, 2009)

Sinclair, rašydamas apie melodraminius serialus, akcentuoja, jog telenovelės ir muilo operos skiriasi. Dažniausiai skirtumas apibrėžiamas serialo trukme; muilo operos gali tęstis metų metus, tačiau telenovelės dažniausiai yra su pabaiga, transliuojamos nuo 6 iki 12 mėn. ir turi aiškią struktūrą siužete – pradžia, vidurys, pabaiga. Teigiama, jog skirtumas yra ir tematinis. Telenovelės dažniausiai per dramatiškumą naudoja šiuolaikinius socialinius konfliktus ir problemas, kai tuo tarpu muilo opera dažniausiai remiasi charakterių individualybėmis ir įprastiniais siužetais. Remdamasis Lopez (1994), Sinclair teigia, jog tarp telenovelių taip pat yra skirtumų. Pavyzdžiui, brazilų telenovelių siužetai kompleksiškesni ir turi gana aukštą vertę, o meksikietiškos telenovelės veikiausiai pasitelkia melodramatiškumą ir sentimentus.

Analizuodamas telenovelių populiarumą, Sinclair teigia, jog yra kelios perspektyvos paaiškinti šį reiškinį:

1. Antropologinis paaiškinimas būtų, jog melodramatinis naratyvas, paremtas atpažįstamomis temomis, suteikia žanrui universalumo. Dėl to jis tampa suprantamas ir vertinamas auditorijų iš įvairių šalių.
2. Ekonominis paaiškinimas būtų, jog telenovelių kūrėjai gali parduoti telenoveles daug pigiau, negu produkcijos kainą, nes vėliau tai atsiperka, taip pat kainą gali kisti priklausomai nuo kokios šalies rinkai telenovelė yra parduodama. Importuojančioms šalims telenovelės yra pigi programa, tačiau papildomai turinti užtikrintą sėkmę būsimoje rinkoje.
3. Laikinumu paremtas paaiškinimas būtų, jog telenovelių rodymo principas padaro telenovelių žiūrėjimą kasdieniu ritualu ir įpratina jas žiūrėti, diskutuoti specifinius socialinius dalykus. Telenovelės dažniausiai turi tikslų laiką kiekvieną dieną, neretai pateisinant anekdotą, jog gatvės užtvindo tyla, kai tik pradeda rodyti telenovelę.

Sinclair teigia, jog Lotynų Amerika buvo pirmasis kolonizuotas pasaulio regionas, bemaž visame jame dominuoja ispanų kalba, išskyrus Braziliją, kurioje dominuoja portugalų. Kalba ir išplėsta kultūrinė dėmė dėl kolonijinės praeities suteikė galimybę sėkmingai plisti tokioms programoms kaip telenovelės.

„Devyniasdešimtųjų vaikai tampa tėvais“ (Veronika Urbonaitė-Barkauskienė, 2020)

Knyga nėra mokslinė, neparemta jokių išsamesnių tyrimų, tačiau knygos pradžioje autorė labai vaizdingai nupiešia devyniasdešimtųjų kartos vaikystę: „O mes augome kažkur šalia visų jų bandymų ir klaidų, nusivylimų, kartėlio ir mažų džiaugsmų. Ne patys patirdami visą nežinią, skubėjimą, irzulį, bet dirbdami jų sugertukais, primygtinai stengdamiesi apie juos negalvoti, išmokę nematyti skurdo ir smurto, džiaugdamesi visomis sintetinėmis ryškiomis naujovėmis, lakstydami su raktais ant kaklų po daugiabučių kiemų džungles“ (plačiau knygoje).

„Consumption And Cultural Difference In Post-Socialist Lithuania From Anthropological Perspective“ (Asta Vonderau, 2006)

Straipsnyje autorė per vartojimą analizuoja gyvenimo būdo ir identiteto pasikeitimus transformacijos iš socializmo į posocializmą periodu Lietuvoje. Perėjimo prie rinkos ekonomikos laikotarpiu Lietuvos visuomenės politinės ir ekonominės struktūros bei simbolinė tvarka pakito. Daug žmonių prarado pinigines santaupas, socialinę padėtį, net kultūrines kategorijas, būtinas orientavimuisi visuomenėje. Vykstant tokioms fundamentalioms transformacijoms, būtinybė persvarstyti naujas kultūros kategorijas tapo akivaizdi. Šio performulavimo procese vartojimas ir plataus vartojimo prekės tapo svarbia priemone naujiems socialiniams skirtumams ir jų simbolinei raiškai susidaryti.

Socializmo epochos pabaigoje elgsenos atvejai ir modeliai, kurie socialistinės ideologijos požiūriu buvo morališkai ir etiškai nepriimtini ar netgi nusikalstamo pobūdžio, pavyzdžiui, užsiėmimas individualia veikla ar individualistinis gyvenimo ir darbo stilius, staiga virto moraliais, priimtinais ir netgi garantuojančiais sėkmę laisvosios rinkos visuomenėje. Atitinkamai tie, kurie sėkmingai vystė privatų verslą, tapo „sėkmės kūdikiais“, „kitokiais“, lyginant ir priešpriešinant juos „mums“, t. y. didžiąjai ir daugiausia kaime gyvenančių Lietuvos piliečių daliai, kuri nerado vietos laisvosios rinkos visuomenėje. „Mūsų“ ir „jų“ priešprieša, kuri tarybiniais metais ir nepriklausomybės laikotarpio pradžioje buvo orientuota į visuomenės išorę ir apibrėžiama geografijos (Rytai – Vakarai), ideologijos (socializmas – kapitalizmas) ar nacionalizmo (tarybinis – nacionalistinis) terminais, vėliau nukrypo į visuomenės vidų. „Kitoniškumo“, kaip ir socialinio „artumo“ ar „atstumo“, sampratos pakito, atsirado „naujieji turtuoliai“ ir „naujieji varguoliai“.

Nepriklausomybės pirmaisiais dešimtmečiais sėkmingi verslininkai medijų ir žiniasklaidos pagalba tapo naujuoju elitu. Būtent į „naujųjų verslininkų“ grupę sutelktas autorės tyrimas. Naujojo elito statusas didžiąja dalimi remiasi ir yra įtvirtinamas per vartojimą ir materialumą. Autorės nuomone, viena vertus, į šių žmonių verslą buvo žvelgiama įtariai, prie jo klijuojamos „nelegalios“ ar „nemoralios“ veiklos etiketės. Antra vertus, naujieji verslininkai buvo pripažįstami socialinio modernizacijos proceso nugalėtojais. Jiems lengvai prieinamos visos privilegijos ir paslaugos, kokias tik siūlo vartotojiška visuomenė. Masinės informacijos priemonės dažnai reklamavo naująjį elitą kaip mados diktatorių, o jų gyvenimo stilius, vartotojiški įpročiai ir kitos socialinės padėties realizavimo strategijos buvo nuolat komentuojami. Dėl tokių priežasčių šie socialiniai veikėjai suvokiami kaip turto ir sėkmės vizijos įsikūnijimas.

„How Women Are Using Television to Domesticate Globalization: A Case Study on the Reception and Consumption of Telenovelas in Senegal“ (Jean-Francois Werner, 2006)

Nors straipsnyje aprašomas tyrimas atliktas labai besiskiriančiame nuo lietuviško kontekste, tai vienas iš nedaugelio tyrimų apie telenoveles, atliktų antropologine prieiga ir metodologija. Autorius tyrinėja telenovelių atvejį Senegale ir tai, kaip Senegalo moterys priėmė ir vartojo jas 2001–2002 metų laikotarpyje. Analizuojant televizijos ir žmonių santykį Senegale, autorius remiasi įžvalga, kad iš vienos pusės žmonės yra prijauninami (angl. domesticated) televizijos, nes televizija atitraukia juos nuo viešosios sferos ir dalyvavimo socialiniame gyvenime. Iš kitos pusės, televizija yra prijauninama žmonių – žmonės inkorporuoja televiziją ir jos tekstus į savo gyvenimą, reikšmes ir kultūrą.

Autoriaus teigimu, telenovelių populiarumas pasaulyje kyla iš jų universaliai patrauklios, į pasaką panašios struktūros, kuri neišvengiamai baigiasi tiesos triumfu prieš melą, o visi žiūrovams kilę klausimai atsakomi. Teigiama, kad telenovelių melodramatiškas fokusas veda į žiūrovų „sąmonės dramatizavimą“ (angl. dramatization of consciousness), televizijos įtakoje jie pradeda matyti savo kasdieninį gyvenimą kaip dramą. Svarbus šio tyrimo kontekste autoriaus pastebėjimas, kad plačiai televizijoje naudojamo dubliavimo pasekmė yra tai, kad jis ištrina tam tikras kultūrines televizijos serialo charakteristikas ir paverčia juos lingvistiškai neapibrėžtais produktais. Autorius taip pat atkreipia dėmesį, kad kalbos nesupratimas netampa problema telenovelės supratimui. Iš tyrimo lauko jis pateikia pavyzdį moters, kuri nemokėdama prancūzų kalbos (telenovelės Senegale buvo dubliuojamos prancūziškai) puikiai žinojo visus veikėjus, jų istorijas ir socialinius identitetus.

Telenovelių komunikacija, autoriaus teigimu, yra paremta pertekliumi. Oralinės žinutės asocijuojamos su vizualinėmis ir yra kartojamos daug kartų, todėl veiksmas vyksta lėtai ir daugelio labiau išprususių žiūrovų yra vertinamas kaip nuobodus, bet leidžia mažiau išsilavinusiems (ypač vaikams ir vyresnio amžiaus žmonėms) puikiai suprasti turinį. Anot tyrėjo, Senegale telenovelės traukia moteris ne tik dėl malonumo jas žiūrėti, bet labiau dėl to, kad suteikia joms naujų idėjų ir modelių, kurie padeda joms orientuotis ir rasti savo vietą greitai besikeičiančiame gyvenime. Rodydamos problemas žmonių, kurie vienu metu yra ir toli, ir arti jų, telenovelės senegalietėms suteikia interpretavimo resursą, kuris joms padeda tvarkytis ekonomiškai ir socialiai sudėtingame kontekste.

„Naratyvo dekonstrukcija ir rekonstrukcija“ (Julijana Zavjalova, 2019)

Zavjalova (2019) darydama meninį tyrimą apie naratyvą savo teorinėje darbo dalyje mini meksikiečių telenoveles, kurios tarsi reprezentuoja visą dramatiškąją su romantiniais santykiais susijusią būseną:

aš tam tikras gyvenimo situacijas sulyginu su filmais – jei tai būna koks meilės trikampis, tai – meksikiečių telenovelė <...>, jei tai būna tam tikros užuominos kurios pasitvirtina ir padeda išaiškinti tam tikrą įvykį, nusikaltimą – tai koks CSI kriminalas. <...> Mūsų realybės sampratą labai įtakoja stebimos medijos, nė nepajuntame kaip mūsų požiūris įgauna tam tikrą filmų struktūrą, pajuntame tam tikrą įvykių nuoseklumą, lyg tai būtų „surežisuota“. Šios struktūros yra tik viena iš daugelio medijų ir realybės sluoksnių, <...>. Mane domina šio sluoksnio struktūra (kitaip tariant, naratyvo struktūra) ir manipuliavimas jais, stebint kaip tai veikia žiūrovo percepsiją, jo santykį su realybe.

LITERATŪRA

- Allen, R. C. (1995) ed. „To be continued...: Soap operas around the world“. Routledge.
- Benavides, O. H. (2008). Ugly Betty. In O. H. Benavides (Ed.), *Drugs, thugs and divas: Telenovelas and narco-dramas in Latin America* (pp. 211–216). Austin: University of Texas Press.
- Brown, L. (2009). Pleasuring body parts: Women and soap operas in Brazil. *Critical Arts: South–North Cultural and Media Studies*, 23(1), 6–25.
- Brunsdon C. (1994). The role of soap opera in the development of feminist television scholarship. In R. C. Allen (Ed.), *To be continued...: Soap operas around the world* (pp. 49–65). Routledge.
- Bym, S. (1995). Post-soviet cinematic nostalgia: From “elite cinema” to soap opera. *Discourse*, 17(3), 75–84.
- Fehervary, K. (2002). American kitchens, luxury bathrooms, and the search for a ‘normal’ life in post-socialist Hungary. *Ethnos*, 67(3), 369–400.
- Hagedorn, R. (1994). Doubtless to be continued: A brief history of serial narrative. In R. C. Allen (Ed.), *To be continued...: Soap operas around the world* (pp. 27–48). Routledge.
- Hohnen, P. (2003). *A market out of place? Remaking economic, social and symbolic boundaries in post-communist Lithuania*. Oxford University Press.
- Jokužytė, G. (2011). *Televizijos serialų poveikis lyčių savivokai* [Nepublikuotas magistro darbas]. Vilniaus Universitetas.
- Klumbytė, N. (2006). *Ethnography of voting: Nostalgia, subjectivity, and popular politics in post-socialist Lithuania* [Unpublished doctoral dissertation]. University of Pittsburgh.
- Lankauskas, G. (2002). On “modern” Christians, consumption, and value of national identity in post-soviet Lithuania. *Ethnos*, 67(3), 320–344.
- La Pastina, A. C. & Straubhaar, J. D. (2005). Multiple proximities between television genres and audiences: The schism between telenovelas’ global distribution and local consumption. *Gazette: the International Journal for Communication Studies*, 67(3), 271–288.
- Levine, E. (2020). *Her stories: daytime soap opera & US television history*. Duke University Press.
- Lewkowicz, E. (2014). Rebel love: transnational teen TV vs. Mexican telenovela tradition. *Continuum*, 28(2), 265–280.
- Marcinkevičienė, D. (2008). Būti mama: vaiko priežiūros strategijos sovietinėje Lietuvoje 1945–1970 metais. *Liaudies Kultūra*, (6), 31–39.
- Martín-Barbero J. (1994). Memory and form in the Latin American soap opera. In R. C. Allen (Ed.), *To be continued...: Soap operas around the world* (pp. 276–284). Routledge.

- Martínez, I. (2005). Romancing the globe. *Foreign Policy*, 151, 48–56.
- Maslauskaitė, A. (2004). Lytis, globa ir kultūriniai gerovės kapitalizmo barjerai Lietuvoje. *Sociologija. Mintis ir veiksmai*, 2004(3), 39–51.
- McBrien, J. (2007). Watching clone: Brazilian soap operas and muslimness in Kyrgyzstan. *Material Religion*, 8(3), 374–397.
- Medina-Rivera, A. (2002). Male representation in Latin American film and soap operas. *Hispanic journal*, 23(1), 75–87.
- Miller, J. L. (2010). Ugly Betty goes global: Global networks of localised content in the telenovela industry. *Global Media and Communication*, 6(2), 198–217.
- Paszkievicz, G. Jr. (2015). The land of the telenovela in the age of social media. A study of the Brazilian prime-time soap opera and its online mediations from a social semiotic perspective for the purposes of informing communication theory and critical literacy practices [Unpublished doctoral dissertation]. London Metropolitan University.
- Reiter, H. (2010). 'In my opinion, work would be in first place and family in second': Young women's imagined gender-work relations in post-soviet Lithuania. *Journal of Baltic Studies*, 41(4), 531–551.
- Sinclair, J. (2009). Latin America's impact on world television markets. In G. Turner & J. Tay (Eds.), *Television studies after TV: Understanding television in the post-broadcast era* (pp. 141–148). Routledge.
- Singhal, A. & Rogers, E. M. (1988). Television soap operas for development in India. *Gazette* 41(2), 109–126.
- Slade, C. (2010). Telenovelas and soap operas: Negotiating reality from periphery. In I. Stavans (Ed.), *Telenovelas* (pp. 51–61). Greenwood.
- Urbonaitė-Barkauskienė, V. (2020). Devyniasdešimtųjų vaikai tampa tėvais. Dvi tylos.
- Vonderau, A. (2006). Consumption and cultural difference in post-socialist Lithuania from anthropological perspective. *Acta Historica Universitatis Klaipedensis*, (13), 9–18.
- Werner, J. (2006). How women are using television to domesticate globalization: A case study on the reception and consumption of telenovelas in Senegal. *Visual Anthropology*, 19(5), 443–472.
- Zavjalova, J. (2019). Naratyvo dekonstrukcija ir rekonstrukcija [Nepublikuotas magistro darbas]. Vilniaus Dailės Akademija.

PADĖKA

Norime ypatingai padėkoti
visiems, be kurių ryžto ir
pasidalijimo patirtimis bei
žiniomis šis tyrimas nebūtų
pavykęs.

Kontaktai:

Taikomosios antropologijos organizacija „Anthropos“
taikomoji.antropologija@gmail.com
www.anthropos.lt

