

ОБРАЗ ЖЕНЩИНЫ В МАССОВОЙ КУЛЬТУРЕ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

О.С. Селиванова

В данной статье рассматривается проблема образа женщины в массовой культуре современной России как существенный момент отражения общественных тенденций. Указывается, что образ женщины по-прежнему видится заключенным в рамки жестких стереотипов. При этом отмечается, что помимо традиционных социальных ролей, женщина выступает в массовой культуре также как сексуальный объект. Так репрезентируется модель маскулинного доминирования в социуме.

Ключевые слова: массовая культура, патриархат, гендерные стереотипы, «язык вражды», сексизм, дискриминация.

Как известно, формирование массовой культуры было связано с разрушением сословного общества, стремительным распространением конвейерного способа производства и развитием средств массовой коммуникации. В дальнейшем экономика потребления стала фундаментом подобного общества. Огромные массы людей вышли на историческую арену и потребовали удовлетворения своих запросов. Так родилась массовая культура – феномен, понятный и доступный каждому индивиду. Ее фундаментальными характеристиками выступают простота, ясность образов, ориентация на развлечение. Одновременно открывается возможность манипулирования сознанием реципиента. Поэтому чем более растиражирован в массовой культуре тот или иной образ, тем более легко он воспринимается как некий вариант нормы.

Обращаясь к образу женщины, распространенному в массовой культуре, мы легко найдем культурный код патриархата. Массовая культура по-прежнему есть глобальный механизм трансляции традиционных ценностей. Что касается России, то массовая культура в этом отношении представляется еще более консервативной. Исследователи считают, что в массовой культуре современной России сформировалась патриархатно-порнографическая парадигма в изображении женщин. Эта парадигма базируется на обобщенном гендерном стереотипе – мифе о нормальной женщине, внешне привлекательной и при этом семейно-ориентированной. Соотношение этих базовых качеств феминности может быть обозначено следующим образом. Предполагается, что положение и гендерное поведение девушек регулируется одними социальными представлениями. Главную роль здесь призвана играть сексуальная привлекательность девушек. В этой интерпретации быть сексапильным и сексуально активным обозначает быть счастливым, свободным, полноценным членом общества. Материализация этого мифа порождает закономерный порнографический дискурс, который создает бесконечную репрезентацию женщины как сексуального объекта в последовательной визуализации обнаженного или полубнаженного женского тела. Как выйти замуж за миллионера, как поймать мужчину в сети брака – все средства хороши для девушек, мечтающих выйти замуж. И главная уловка здесь – это демонстрация женской сексуальности.

Гендерное поведение замужней женщины оформляется под влиянием идей о счастливой матери, жене и домохозяйке как полноценном члене общества. Так оформляется патриархальный дискурс, в том числе и через эффект социальной невидимости замужней женщины. «Так как она уже не обладает «товарным» телом, способным заслужить общественный интерес, ей остается одно – стать хорошей женой, любящей, верной и покорной, а в идеале еще и молчаливой. В принципе, она может быть какой угодно, это не имеет ровным счетом никакого значения, так как для общества она все равно бессловесная тень своего мужа» [2, с. 95], – утверждает Т. Михайлова. Особенно ярко это явление можно проиллюстрировать, на примере телепередач о женах и спутницах великих актеров и режиссеров. Если до замужества они мечтали о ролях в театре и кино, ярких событиях, то после свадьбы они превращались в домохозяек, а некоторые актрисы вообще отказывались от карьеры по воле мужей. В любом случае интересы мужа ставились на первое место, а отношение к нему граничило с почитанием.

Следует упомянуть еще об одной тенденции в изображении женщин в массовой культуре. Речь идет об успешных женщинах – бизнес-леди, женщинах-политиках, ориентированных на построение карьеры. Выступая как социальное явление, их деятельность не может не быть освещена в

СМИ. При всей неоднозначности этих образов, мы видим, что в телепередачах, сериалах эти женщины по-прежнему изображены как семейно-ориентированные, как мечтающие о крепком мужском плече, о семье и детях. Однако те качества, которые позволили им добиться успеха в жизни, остаются не артикулированными. Вступив в мир, традиционно считающийся «мужским», эти женщины, сами того не желая, размыли границу между полами в социальном ее значении, однако, как показывают нам масс-медиа, еще не готовы окончательно ее разрушить.

Еще более показательным в этом контексте выглядит цикл передач на канале «Домашний» о героинях нашего времени. «Открыть бизнес, сыграть в кино, победить на Олимпиаде и при этом быть любящей женой, заботливой мамой и иконой стиля – для этих девушек не существует слова «невозможно!»» [1] – так анонсировал телеканал свою передачу. Героини нашего времени в понимании создателей передачи – это, прежде всего, это певицы, актрисы, спортсменки. Среди них есть и одна бизнес-леди – Яна Рудковская. Ни одной женщины-ученого, политика, волонтера, юриста мы не найдем среди этих героинь. Что ж, весьма показательный тренд для телеканала, презентующего себя в качестве канала для женщин.

Фактически мы наблюдаем тенденции, при которых, несмотря на усилия женского движения и гендерных исследований, образ женщины в массовой культуре вполне укладывается, с одной стороны, в «прокрустово ложе» патриархатных идей о роли женщины в семье, а с другой стороны – в жесткие нормы представлений о женской телесности и сексуальности. Даже показывая образы женщины, не вписывающиеся в указанные выше рамки, СМИ обязательно актуализирует их принадлежность к тому или другому, а возможно, сразу к двум вариантам поведения и самоидентификации. Женщины, по-настоящему свободные, состоявшиеся, уверенные в себе, появляются в трактовке масс-медиа в лучшем случае как чудачки, в худшем – как старые девы. Что касается феминисток, то в массовой культуре им предписывается образ злобных мужененавистниц, их нечасто встретишь в ток-шоу или на страницах прессы. Мария Арбатова, Ольга Воронина, Наталья Пушкарева – не так много женщин, которых мы можем назвать по-настоящему свободными.

Следует понимать, что определенный образ женщины в массовой культуре есть не столько отражение гендерных стереотипов, господствующих в обществе, но и определенный социальный конструкт. Он конструирует и продуцирует социальную реальность и формирует у женщин устойчивые представления о собственной социальной роли.

Как становится очевидным, возможности для позитивной самоидентификации женщин в массовой культуре весьма ограничены. Это и создает бесконечные возможности для манипулирования женским сознанием, соз-

давая у женщин чувство вины и неудовлетворенности собой. Тем самым общество решает одну из фундаментальных задач – самосохранения. Очевидно, что в случае кардинального изменения отношений между полами потребуется и перестройка всего общества как ответа на социальный вызов. Но в условиях кризисных явлений в экономике и усиления этатистских тенденций в политике представляется весьма маловероятным возможность указанных социальных трансформаций.

Таким образом, можно утверждать, что образ женщины в массовой культуре современной России вряд ли претерпит значительные изменения. Одновременно при усилении патриархатного дискурса и проведении определенной гендерной политики государством возможна масштабная реанимация идеологии «естественного предназначения» женщины и наступление на ее репродуктивные права с соответствующим отражением в продуктах массовой культуры.

Библиографический список

1. «Героини нашего времени»: премьера на Домашнем! – URL: http://www.domashniy.ru/article/razvlecheniya/novosti_telekanala/geroini_nashego_vremeni_premera_na_domashnem.html.
2. Михайлова, Т. В постели с «Огоньком» / Т. Михайлова // Русская женщина: предназначение и судьба: Материалы междунар. теорет. семинара 5 мая 1998. – Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 1998. – С. 94–103.

[К содержанию](#)