

## К портрету медиальной женщины: гендерная идентичность, роли и стереотипы

Чернявская Ю. В.

Учреждение образования «Белорусский государственный университет  
культуры и искусств», Минск

В данной статье рассматриваются следующие вопросы: какой идентичности взывает современная женщина и как добровольно принимаемая женская идентичность (вернее, их спектр) соотносится с феминистическими надеждами, принципами и воззрениями, а как с традиционной подчиняющей моралью? По предположению автора, для решения этой проблемы недостаточно «феминистической критики»: необходимо ее дополнение иными исследованиями, а также методами. Методологические предпосылки статьи лежат в области качественных методов, а также *emic*-подхода и «идеального типа» М. Вебера. Термин «гендер» прошел хоть и не очень долгий, но насыщенный путь. Более того, гендерная чувствительность (по аналогии с лиотаровским термином «постмодернистская чувствительность») как особый социокультурный феномен возникла гораздо ранее, чем сам термин. Долгое время она была неосознанной, вернее, осознавалась лишь с правовой точки зрения (сuffragists, социалистки и др.), затем нарождающийся, еще не выделенный как особое культурно-философское течение феминизм поставил новые, социокультурные вопросы.

**Ключевые слова:** женщина, медиа, идентичность, репрезентация и саморепрезентация, социальные сети, культурные смыслы, невроз, look, gaze, stain.

(Искусство и культура. – 2016. – № 4(24). – С. 86–90)

## To the Portrait of the Medial Woman: Gender Identity, Roles and Stereotypes

Cherniavskaya Yu. V.

Educational Establishment «Belarusian State University of Culture and Arts», Minsk

The author of the article faces an attempt to answer the question which identity the contemporary woman seeks and how voluntarily accepted female identity (or its spectrum) correlates with feminist hopes, principles and ideas and how it does with the traditional obedience moral. The author suggests that to solve this problem «feminist criticism» is not enough; it should be contributed with other studies as well as methods. The methodological basis of the article lies in the sphere of qualitative methods as well as the *emic*-approach and M. Webber's «ideal type». The term of gender has gone not long but an intensive way. Moreover, gender sensitivity (on analogy with Liotar's term of Postmodern sensitivity) as a special social and cultural phenomenon emerged much earlier than the term itself. It was not understood for a long time, or, rather, was considered only from the legal point of view (suffragists, socialists etc.), then the emerging, but not singled out as a special cultural and philosophic stream, feminism set new social and cultural questions

**Key words:** woman, media, identity, representation and selfrepresentation, social networks, cultural senses, neurosis, look, gaze, stain.

(Art and Culture. – 2016. – № 4(24). – P. 86–90)

Особенно велика роль феминисток «второй волны»: во многом основополагающей для них являлась экзистенциальная теория Симоны де Бовуар. «...Особенность ситуации женщины, – пишет де Бовуар, – состоит в том, что, обладая, как и любой человек, автономной свободой, она познает и выбирает себя в мире, где мужчины заставляют ее принять себя как Другого: ее хотят определить в качестве объекта и обресть тем самым на имманентность, косность, поскольку трансценденция ее будет постоянно осуществляться другим сознани-

ем, сущностным и суверенным. Драма женщины – в конфликте между фундаментальным притязанием всякого субъекта, всегда полагающего себя как существенное, и требованиями ситуации, определяющей ее как несущественное» [1].

Цель статьи – выявление идентичности современной женщины в соотношении с феминистическими принципами и традиционной моралью.

Если следовать экзистенциалу «заброшенность», то женщина заброшена в мир, когда она вынуждена «выбирать против

себя» [2]. Что это значит? То, что женщина – отчасти сознательно, отчасти нет – но сама избирает себе путь «вторичного бытия» по сравнению с а priori первичным мужским. В качестве обоснования данной тезы автор проводит мифопоэтические, литературные аллюзии, анализирует семейные модели и традиции воспитания в разных культурах, и в целом ей удается убедительно показать, что в результате исторических обстоятельств понимание женщины как вторичного существа – во многом самопонимание.

Говоря о гендерной идентичности женщины, мы будем исходить из того, что сам концепт «женщина» не предопределен. Он конструируется внутри господствующей картины мира и посредством образов культуры – и тем самым обретает определенные символические грани. В этом случае концепт «женская гендерная идентичность» становится неструктурным, ризоматическим (термин Ж. Делеза и Ф. Гваттари) [3]. Разумеется, ризома «женского» имеет ограничение в виде норм и правил господствующей культуры – и хотя современные рамки шире «патриархальных», «викторианских», «домостроевских» и т. д., они остаются ограниченными: впрочем это функция любых «паспарту» (понятие, введенное Ж.-Ф. Лиотаром).

Феминистская критика (а до нее – семиотика, например, Р. Барта), показала, что образы, которые мы принимаем за «отражения» реальных женщин, – это не что иное, как образы экранных, журнальных женщин. Как отмечает Барт в своем очерке, «таков уж этот мир, как его представляет себе “Эль”»: женщины в нем всегда оказываются идентичными особями одного и того же вида, которые объединены в некую корпорацию, ревниво отстаивающую свои привилегии, но с еще большим рвением несущую свои повинности; <...> женское начало может свободно проявлять себя во всей своей чистоте и мощи, однако мужчина <...> всецело объемлет этот женский мир, он – источник его существования; подобно расиновскому богу он всегда отсутствует, давая в то же время начало всему сущему; поэтому женский мир журнала “Эль” – это мир без мужчин, но целиком созданный по их воле, то есть точная копия гинекея. Что бы ни писал журнал

“Эль”, для него все сводится к двум простым действиям: сначала заприте гинекей и только после этого предоставьте женщине свободу действий» [4].

Журнальная женщина есть угодная мужчине репрезентация. Здесь уместно вспомнить мысль Джекки Байерс о том, «репрезентация не отражение; скорее, это активный процесс отбора и представления <...>, это процесс наделения чего-либо смыслом» [5]. Потому фундаментальная проблема: как же репрезентует себя сама женщина? В этом случае мы имеем дело с двойным самопозиционированием: для внутреннего и внешнего употребления, двоящимся зеркалом идентичности. Для многих таким двойным зеркалом являются социальные сети, на материале которых и строится эта статья.

Мы намеренно не обращаемся здесь к специализированным феминистическим группам, которые существуют и в Facebook (далее ФБ), и «ВКонтакте»<sup>1</sup>: нас волнует вопрос повседневной, пусть и отретушированной для пользователя самоидентичности женщины в интернет-медиа (социальные сети) или «медиальной женщины». Более того, обратимся не к сугубо женским диалогам, а к межгендерному полилогу, и именно потому классический количественный подход здесь бессилён, что мы уже косвенно отмечали. Его возможно проанализировать лишь с точки зрения авторепрезентаций в двойном зеркале «Я» и «Эго», т. е. путем качественных методов, в частности, «включенного наблюдения».

С этой позиции, безусловно, трудно преувеличить значение теории «взгляда» Ж. Лакана, различающего понятия look и gaze (глядение и взгляд). Если «глядение» предполагает бесцельного соглядатая, то взгляд прицелен: мы заражаемся им изнутри. Человек, на которого направлен взгляд (свой или чужой, или же «свой как чужой»), в значительной мере становится его «следом» (stain) [6]. Исполнять функцию следа – значит одновременно быть актером (играющим на публику) и режиссером (указывающим ей ракурс и мизансцену).

В связи с этим примечательно то, что лишь небольшая часть женщин в ФБ ведет собственные странички вербально: чаще

<sup>1</sup> В данной работе мы будем использовать белорусский сегмент социальных сетей.

речь идет о перепостах, видео, картинках, семейных фотографиях, цитатах-остротах, а также в «лайках» – симулякрах эмоций и субститутах реакций. Эти женщины – объекты «глядения» (look), т. е. сторонницы классической женской суб-роли, которая является объектом мужского взгляда и репрезентует себя по образцам, представленным тезисами С. Де Бовуар и Р. Барта. Отметим: в этом положении женщина сама задает параметры неравенства. В лучшем случае женщины комментируют, но даже и тогда их активность более косвенна, нежели у мужчин. Женщин, ощущающих взгляд и пытающихся стать субъектом gaze (часто, однако, по видимости в силу негласных культурных табу, не выходя из роли объекта), можно определить как женщин-stain.

В ФБ большинство женщин-stain представляют следующие свои качества (по убыванию):

Внешность («аватарки», лучшие, чаще прошедшие обработку фотографии). Сюда же прилагаются видимости образа жизни, соответствующего внешности (приемы, путешествия, фото изысканных блюд и т. д.). Нелепыми, смешными и некрасивыми представляет себя лишь малая часть женщин.

Способности и дарования (профессионализм, навыки, идеологии и т. д.). Иногда эта репрезентация предназначена потенциальным работодателям или сторонникам возможного совместного проекта.

Ум, способность к иронии (в том числе над собой), умение участвовать в обсуждении серьезных тем, выраженная морально-этическая позиция.

Среди активных женщин-участников обсуждений можно, в свою очередь, выделить несколько типажей (разумеется, речь идет лишь о предельно обобщенном «идеальном типе» по М. Веберу), но тенденции показательны.

«Секси». Аккаунт состоит преимущественно из визуальных знаков – фотографий героини, в том числе – в белье и дезабелье. Качества: фиксация на гламурной внешней привлекательности: макияж, полуоткрытый рот, открытая или полуоткрытая грудь и т. д. Этот тип пересекается с типом – «модели», но если модель репрезентует себя как символ элегантности, и в ее самоидентич-

ности значительную роль играет фиксация на одежде и аксессуарах, то «секси» – на собственном теле. Для обоих типов характерно пристрастие к черному и красному, но если секси будет использовать его преимущественно в белье, то модель – и в верхней одежде. Секси подает свой образ как доступный (даже будучи в реальности примерной женой и матерью, или даже претендуя на роль политика), модель же – как недоступный символ красоты как таковой.

Вербальная информация на их страничках сходна и посвящена, как правило, технологиям молодости и красоты (системы омоложения организма, диеты, упражнения, ссылки на материалы, о том как достичь совершенства в одежде, макияже, уходе за телом и др.).

«Счастливая жена». Этот образ может коррелировать с образом секси (хотя более четко очерчены критерии матримониального положения женщины: семейные фото, вербальные зарисовки о муже и детях). Нередко фото профиля такой женщины включает мужа (иногда и детей). Главная идея здесь – целостность семьи, воспринимаемой как коллективная личность. Визуальный самообраз женщины строится на заимствованных из рекламы и «глянца» образах: часто фотография подана в диагональной иерархии (муж, жена, ребенок), нередко женщина и ребенок сидят, а муж возвышается над ними, или женщина и дети лежат (на ковре, на софе). Впрочем, здесь можно отыскать более давний скол – дореволюционных фотографий и викторианских семейных сцен.

Подвид этого типажа – *молодая мать (или будущая молодая мать)*. Здесь можно говорить о двух новых трендах. Первый: помимо сравнительно новых для нас визуальных знаков (фотографий обнаженного живота беременной, новорожденного, приложенного к нагой груди в роддоме), возникли и новые вербальные знаки – в частности, жаргон будущих матерей: «беременяшки, овуляшки, пузики, пузожителю» и т. д. [7]. Второй: заикленность на скорейшем возвращении к дородовой физической форме, что требует дополнительных усилий в непростой повседневности (следствиями нередко бывают затяжные постродовые депрессии). Можно предположить,

что в этом стремлении тоже сказывается влияние гляцевых стандартов, кино и рекламы.

Здесь же можно говорить о более экзотических вариантах – например, о «ведических женах» (главный идеолог концепции – О. Торсунов), которые понимают гармонию отношений с противоположным полом как безупречное сочетание аур (классические штампы этого типа женщин «я должна поставить свою ауру на место» или «я должна всколыхнуть ауру мужа»). В этом случае можно говорить о неврозе «беспомощности» и «угодливости» (называемом К. Хорни неврозом «к людям») [8]

В противовес традиционным семейным ролям, однако, в том же ряду находится образ «травести» – девочки любого возраста, говорящей на подростковом сленге и подчеркивающей свою реальную или воображаемую юность. Доминантные характеристики – не только внешний, но и внутренний эйджизм, упорное сохранение ювенильных черт (скорее, взрослым фоном является образ мужчины, осуществляющий их желания и обеспечивающих тыл), настройка на вечную юность, либо даже на вечное детство. Следует специально отметить: ужас возраста и культ юности характерен всем героям этого ряда, который в целом мы можем определить жаргонизмом «мимими». К этому же типу в его анти-ипостаси относятся женщины, позиционирующие себя как «потенциальных возлюбленных вампиров» и «ведьмочек» – поклонницы С. Майер и др. авторов вампирских саг. Несмотря на чернокровавый антураж их страничек, представленные характеристики демонстрируют ту же культурную подростковость, травестийность и сентиментальность.

Итак, можно констатировать правоту де Бовуар: гендерные характеристики, традиционно приписываемые женщине мужчинами, конструируются самими женщинами. Соответствующими ролевыми визуальными моделями, таким образом, они направляют gaze подписчиков и френдов.

Второй тип, казалось бы, опровергающий первый – женщины, стремящиеся устремить gaze окружающих на свои способности, навыки, принципы и амбиции. Кажущимися оппонентами «мимими» являются: а) сингл, б) общественный деятель («синий чу-

лок»), в) «стерва» (подвид – скандалистка), г) «психолог».

*Сингл* – персонаж урбанизированного пространства, одинокая женщина, декларирующая одиночество как внутреннюю свободу. Если одна часть синглов исходит из идеи профессиональной самодостаточности и самостоятельной реализации, то другая – из понимания свободы по принципу «никто никому ничего не должен». Тем самым эта категория, как ни странно, подчас пересекается с «мимимишными» женщинами в последнем варианте эгоцентричного «кидалта»<sup>2</sup>.

«Синий чулок» настаивает на своей значительной общественной (реальной или мнимой) ценности. Визуальный ряд ее странички посвящен ее выступлениям в публичных местах, на конференциях и семинарах. Это человек-функция, осознанно представляющий себя значимым представителем одной из групп социума или даже социума в целом.

«Стерва» – образ, с конца 1990-х пропагандирующийся масс-медиа. Вот одна из интернет-дефиниций «стервы»: «Быть стервой – значит владеть собой, быть сильной, уверенной, целеустремленной, внушающей зависть другим женщинам и провоцирующей желание мужчин. Это полный контроль над собой и окружающими» [9]. Know-how этого типажа – дар манипулирования; независимость, переходящая грань агрессивности; устойчивое презрение к «неудачникам», в том числе к обычным женщинам. Однако этот образ основывается на принципах «я у себя одна», чем коррелирует с кидалтом и, как ни странно, с «травести» – в смысле незрелости и максимализма.

Также образ стервы может связываться с типажем «модели» и «секси» из предыдущего ряда, хотя сексуальность стервы менее «пастельна»: и позы, и колористика визуального образа более вызывающи и агрессивны. В реальности за ними нередко прячется глубоко невротизированная личность: ей свойствен невроз «против людей», по типологии той же К. Хорни (см. «Невротическая

<sup>2</sup> Кидалт (от англ. *kid* – ребенок и англ. *adult* – взрослый) – взрослый «ребенок», т. е. человек, всеми силами дистанцирующийся от собственного возраста, сохраняющий детские и юношеские воззрения и увлечения, такие как пристрастие к играм, мультфильмам, гаджетам и т. п. В современной психологии для этого типажа есть характеристика «синдром Питера Пэна».

личность нашего времени»). «Чистые» стервы порождают в медийной действительности скандалы и склоки, слияние же с типом «синего чулка» (например, женщина, претендующая на роль в политике) – общественные «холивары<sup>3</sup>». Однако «стерва» редко является чистым типом в силу психопатологической жажды увлекать за собой людей: отсюда, например, этот типаж, репрезентирующий себя как «феминистку», может вульгарно подчеркивать сексуальность, оправдывая это тем, что использует тело во благо феминистического движения. Это противоречит сути феминизма как типа чувствительности и рефлексии, однако эта подмена осуществляется не столь уж редко.

«Психолог». Речь идет не об уважаемой профессии, а о «поп-психологе», чья единственная цель – демонстрация своей квазикомпетентности. Это тип, не приемлющий возражений и раздающий до крайности упрощенные советы аудитории. Вообще тип массового интернет-психолога – это суперупрощитель (термин Э. Тоффлера). Вред, наносимый им, бесконечен, еще и потому, что подается под маркой «экспертного знания». Детальнее этот тип рассматривает психотерапевт Евгения Белякова [10].

Отметим: все типажы, описанные выше, объединяются перфекционизмом в саморепрезентации, определяемым рекламными или кинообразцами, но не гуманитарным знанием и не образцами высокого искусства или строгой науки.

Что до третьего типа женщин-stain, то к нему относятся самые различные женщины. Различие между ними и выделенными типажами лишь в том, что их саморепрезентации отличаются меньшей маскообразностью и заданностью: они пытаются минимально дистанцировать реальный и виртуальный облики. Разумеется, бессознательно эти женщины тоже репродуцируют визуальные и вербальные образ-

цы, но их экзистирующее Dasein (в терминологии М. Хайдеггера) делает невозможным полное подчинение гендерным социальным ролям и не допускает миксации между противоположными лагерями.

**Заключение.** Стереотипные женские образы, созданные в медиа, можно характеризовать по:

- 1) по типу отношений с окружающей средой;
- 2) по статусу в социуме;
- 3) по степени вовлеченности в социальные отношения;
- 4) по социокультурной роли, исполняемой в группе.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Бовуар, С. де. Второй пол / С. де Бовуар; пер. с фр.; общ. ред. и вступ. ст. С. Г. Айвазовой, коммент. М. В. Аристовой. – М.: Прогресс; СПб.: Алетейя, 1997. – С. 40.
2. Батлер, Дж. Присвоение телом гендера: философский вклад Симоны де Бовуар / Дж. Батлер // Женщины, познание и реальность: Исследования по феминистской философии / сост.: Э. Гарри, М. Пирселл; пер. с англ. – М.: РОССПЭН, 2005. – С. 292–303; 297.
3. Делёз, Ж. Тысяча плато. Капитализм и шизофрения / Ж. Делёз, Ф. Гваттари; пер. с фр. и послесл. Я. И. Свирского, науч. ред. В. Ю. Кузнецов. – Екатеринбург: У-Фактория; М.: Астрель, 2010. – 895 с.
4. Барт, Р. Роман и дети / Р. Барт // Избранные работы: Семиотика. Поэтика / Р. Барт. – М.: Прогресс; Универс, 1994. – С. 65.
5. Byars, J. All That Hollywood Allows: Re-reading Gender in 1950s Melodrama / J. Byars. – Chapel Hill: University of North Carolina Press, 1991. – P. 69.
6. Lacan, J. Of The Gaze As Object Petit a / J. Lacan // The Four Fundamental Concepts of Psycho-Analysis. – WW. Norton, 1998 (1981). – P. 74–75.
7. Варшавская, Ю. «Мы покакали: внутри секты мамочек» [Электронный ресурс] / Ю. Варшавская. – Режим доступа: <http://batenka.ru/2015/02/24/uomama/>. – Дата доступа: 20.09.2016.
8. Хорни, К. Невротическая личность нашего времени / К. Хорни. – М.: Академический проект, 2009. – С. 88.
9. Психологический портрет стервы / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fotostrana.ru/public/post/333934/861015632/>. – Дата доступа: 20.09.2016.
10. Белякова, Е. Осторожно: психолог! [Электронный ресурс] / Е. Белякова. – Режим доступа: <http://impressionante.livejournal.com/20750.html>. – Дата доступа: 20.09.2016.

Поступила в редакцию 23.09.2016 г.

<sup>3</sup> Холливар (от англ. *holy war* – священная война) – обреченный на неудачу спор, в котором каждый из участников настолько уверен в собственной правоте, что даже не пытается выслушать мнение оппонента.