

Социология массовых коммуникаций: гендерный аспект

© 2003 г.

И.Н. ТАРТАКОВСКАЯ

"НУ, ВОТ, МОРАЛЬ ПОМЕНЯЛАСЬ...": МЕДИЙНЫЙ ГЕНДЕРНЫЙ ДИСКУРС ГЛАЗАМИ ЧИТАТЕЛЕЙ

ТАРТАКОВСКАЯ Ирина Наумовна - кандидат социологических наук, старший научный сотрудник Института сравнительных исследований трудовых отношений (г. Самара).

Статья представляет собой развитие цикла исследований, посвященных репрезентации мужественности и женственности в советской и постсоветской прессе. Автором был уже опубликован ряд работ, анализирующих тендерные дискурсы советских и постсоветских периодических изданий [1]. Главные выводы, которые позволил сделать такой дискурсивный анализ, состоят в следующем. Исследование советских газет выявило центральную роль государства как ключевого актора гендерной системы: отношения между мужчинами и женщинами формировались в соответствии с поставленной перед ними "высшей целью" - служением ему. В современной же ситуации, когда характер государства полностью изменился, мужчины и женщины оказались предоставленными самим себе, в результате чего сложившаяся в советскую эпоху гендерная система оказалась в состоянии кризиса.

В соответствии с новой ситуацией три рассмотренные мной газеты ("Известия", "Комсомольская правда", "Советская Россия") изменили не только свое политическое лицо, но и подход к пониманию нормативной, "правильной" мужественности и женственности. Если раньше в них часто можно было встретить лучезарные портреты "простых советских граждан", успешно сочетающих наличие пятерых несовершеннолетних детей с пребыванием в рядах передовиков производства, то теперь все газеты сосредоточились на описании совсем других социальных проблем. Несомненно, красочные описания различных "ужасов", отражающих наличие глобального гендерного конфликта, частично стимулируются коммерческими интересами привлечения читателей "острыми сюжетами", но я убеждена в том, что они на самом деле отражают социальные и нормативные изменения.

Цель данной статьи состоит в том, чтобы перенести фокус исследования от собственно текстовых репрезентаций к тому, насколько успешно "работают" эти репрезентации, как они воспринимаются читателями, какие мнения складываются о тендерном медийном дискурсе в целом. Ведь, несмотря на существование огромного корпуса работ, посвященных разным аспектам репрезентации пола [2], сравнительно редко ставился вопрос о воздействии предлагаемых различными средствами массовой коммуни-

Данная статья подготовлена в рамках проекта "Трансформация гендерных отношений постсоветской России" при финансовой поддержке INTAS (проект - INTAS-95-290).

кации имиджей на реципиентов. Этот "дисбаланс" в значительной степени свойствен и феминистской теории: в ее рамках неоднократно делались выводы о сексистском характере любого тендерного дискурса в рамках господствующей патриархатной культуры, а система массовой коммуникации, с помощью которой эти дискурсы распространяются, рассматривалась как важный инструмент ее утверждения [3].

Современное понимание массовой коммуникации подразумевает, что она не носит откровенно тоталитарного характера хотя бы потому, что роль реципиента - читателя, зрителя, слушателя - является активной ролью [4]. Представления о том, что смысл любого текста конструируется читателем не в меньшей степени, чем автором, сейчас практически не оспаривается. На наш взгляд, чрезвычайно интересно проследить, как отражается "дискурс пола", представленный в том или ином носителе информации, в восприятии адресатов этой информации, как "раскодируются" содержащиеся в тексте значения. В фокусе внимания — три основных проблемы: во-первых, отношение читателей к самому "дискурсу пола" в том виде, в котором он представлен в массовых периодических изданиях (какими им видятся его общая направленность, границы допустимости, одобряемые и неодобряемые нормы); во-вторых, их реакция на некоторые отобранные мною характерные для разных изданий сюжеты; в-третьих, различия между мужчинами и женщинами в восприятии этих сюжетов и тендерного медийного дискурса в целом.

Для изучения восприятия читателей газет нами был выбран метод фокусных групп. Использование этого метода при изучении отношения людей к средствам массовой информации и, в частности, содержащимся в них идеологическим или поведенческим стереотипам, имеет длительную историю, восходящую непосредственно к истокам возникновения метода полуструктурированных интервью [5]. В данном случае схема исследования предусматривала проведение двух групповых дискуссий. Группы планировались по так называемой классической схеме, предусматривающей общение с 8-10 относительно однородными по социальным характеристикам субъектами в течение 1,5-2 часов. В качестве критерия однородности был выбран возраст участников (что было важным для проверки гипотезы о различии в восприятии структурированных в прессе тендерных стереотипов в разных возрастных стратах): в "младшую" возрастную группу были отобраны респонденты от 20 до 30 лет, в "старшую" - от 30 до 50 лет. В каждой группе было равное число мужчин и женщин, а также равное число участников, имеющих и не имеющих высшее образование.

Учитывая пилотный характер исследования, было принято решение ограничиться двумя группами. Это количество, в принципе, достаточно для получения предварительной информации [6]. Отбор участников проводился в соответствии со стандартными требованиями рекрутинга: в группах не было знакомых, участники групп ранее не участвовали в подобных обсуждениях и т.д. Все участники были постоянными читателями печатных СМИ (частота обращения не реже 4-5 раз в неделю для ежедневной газеты и 3 раза в месяц для еженедельника: газеты или журнала), за последний месяц читали не менее 2-х печатных изданий. С целью повышения уровня коммуникации в процессе дискуссии они получили предварительную общую информацию о теме обсуждения.

В поисках утраченных тендерных норм

Первое обстоятельство, которое стало очевидным в ходе групповых дискуссий, оказалось связано с тем, что утраченное дискурсивное единство, свойственное советскому идеологическому пространству, вызывает некоторую ностальгию, причем не только у старшей, но и более молодой группы респондентов. *Респондентка Т.:* "...по-

менялась мораль. Если раньше она была коммунистической, то теперь она, я вообще не знаю, какая... мне очень трудно определить. Ну, вот, мораль поменялась... И поэтому то, что нельзя было раньше, теперь публикуют".

Представления о том, что можно, а что нельзя печатать, подразумевают наличие определенного ценностного консенсуса по этому поводу. Все респонденты разделили точку зрения о том, что в обществе существуют некие единые моральные ценности, которые должны всеми разделяться и пропагандироваться с помощью средств массовой коммуникации. **Респондентка Л.:** "Мне кажется, что без этого будет хаос полный. Конечно, я понимаю, что одна газета может взглянуть так, скажем, а другая иначе... Но есть же, скажем, наука... какой-то подход уверенный". **Респондентка И.:** "Она [газета] должна придерживаться нормальных жизненных ценностей, хотя бы их не перечеркивать".

Однако что это за ценности, каковы их критерии и конкретное содержание, респонденты формулировали весьма расплывчато. **Респондент С:** "В общих чертах все думают одинаково. А так все христиане... все воспитаны на литературе. Общие любимые герои. ...Это наша культура".

Такая неопределенность свидетельствует о признаках "нормативного хаоса", возникшего в результате того, что государство устранилось из поля "гендерного нормотворчества". Как определила одна из респонденток: "У меня такое ощущение, что полный бардак". Поскольку семья уже, похоже, является не "ячейкой общества", а частным делом брачных партнеров, то возникает вопрос, насколько релевантны традиционные нормы отношений между полами, что или кто может выступить в роли творца нового нормативного поля?

Материалы обсуждения показали, что в этой роли могут выступить "эксперты": специалисты в сферах, потенциально связанных с отношениями между полами, прежде всего, психологи и социологи. Мнения экспертов задают рамки дозволенного, "здорового", с одной стороны, и "вредного для психологического здоровья нации", с другой. Приоритет в сознании читателей приобретает позитивное и рациональное знание, ключевым словом для обозначения которого служит "психология" - универсальный свод компетентной информации о человеческих взаимоотношениях. **Респондентка М.:** «Вот я ...прочитала сюжет типа "Мужчина и стресс". Как нынешнее время влияет на психологию, на психику... У меня такое впечатление, что такие публикации типичны для настоящего. И я лично считаю, что... это важно... Во-первых, до перестройки такого не печатали. А во-вторых, это поднимает психологическую культуру, что тоже важно».

Подобные высказывания любопытны тем, что приоткрывают мотивацию женского интереса к психологии: предполагается, что "объективная наука", пусть и в несколько кустарном исполнении, может объяснить источник каких-то проблем (в том числе специфически женских). При этом предпочтительно все-таки, чтобы компетентность эксперта была подтверждена принадлежностью к цеху ученых, специалистов. **Респондент А.:** "Конечно, можно сказать, что печатать нужно разные мнения... но мне кажется, должно быть еще ненавязчивое мнение специалиста, комментарий... небольшой, разъясняющий текст... социолог, психолог... врач где-то тоже... он выступает как бы судьей, арбитром". **Респондентка Л.:** "...какие-то вещи действительно должны быть написаны профессионалами, потому что зачастую наша журналистика позволяет себе очень многое..."

"Профессионалы" обладают несравнимыми преимуществами перед журналистами, которые "слишком много морализируют". Важным признаком позиции эксперта является его подразумеваемая нейтральность. Таким образом, психологическая рациональность замещает место морали, которая всегда нуждается в апелляции к общим для данного социума мета-кодам. Падение морального авторитета государственной идеологии, долгое время подменявшей собой идеологию религиозную, привело, наконец, к тому, что в России стали с некоторым запозданием складываться типично модернистские "режимы правды", о которых писал М. Фуко [7]. "Эксперты" обладают

"сакральным" знанием о правильных способах организации уже не только сексуальных, но гендерных отношений в целом.

Именно социальные науки, а в особенности психология, являющаяся в современном массовом сознании своего рода суррогатом морали, по мнению респондентов, должны лежать "в основе политики" государства. Предполагается, что политика эта должна быть тщательно взвешенной. **Респондент Н.:** *"Пускать это дело на самотек нельзя, мы видим, к чему это все приводит. Нельзя в то же время, как раньше, зажимать со страшной силой, потому что из этого тоже ничего хорошего..."*

Таким образом, регулировка отношений между полами в известной степени продолжает оставаться прерогативой государства, и средства массовой информации следует подвергать цензуре во имя "психологического здоровья" - только в более мягкой форме, чем это происходило в советское время, *"к жесткой позиции нельзя даже приближаться"*.

Гендерный коллаж в прессе: сюжеты и мнения

Помимо общих тем для обсуждения, участникам фокус-групп был предложен определенный стимульный материал в виде трех небольших статей (по одному из каждой проанализированной нами газеты). Все они хотя и не относятся к публикациям самых последних лет, на наш взгляд, наиболее репрезентативны для каждого из этих изданий. К тому же для сохранения единства исследовательского подхода мне показалось существенным отобрать их из числа тех материалов, которые рассматривались мной в предыдущих публикациях на эту тему.

Право на убийство: виктимизация женщин на страницах "Известий" и мнение читателей. Применительно к "Известиям" таким материалом оказалась заметка, содержание которой может быть передано следующей ключевой фразой: "Первая женщина-киллер доярка Марина осуждена на 7 лет несвободы за исполнение заказа: уж очень было жаль соседку, которая мытарилась со своим непутевым мужем. Он был судим, издевался над женой и ее престарелой матерью" [8]. Нас интересовала реакция читателей на репрезентацию крайних форм домашнего насилия и нетрадиционную роль женщин в этой трагической ситуации.

Восприятие материала оказалось очень различным в разных возрастных группах: если в молодежной ситуация вызвала резкое неприятие поведения всех действующих лиц, то в группе старшего возраста большинство и мужчин, и женщин фактически поддержало поступок героини заметки. **Молодежная группа. Респондентка И.:** *"Убить человека - это вообще уже за гранью, я считаю, что это вообще психический сдвиг..."* **Старшая группа. Респондент А.:** *"Справедлив ли приговор? Трудно сказать. Но осудить надо... раз все-таки убила. С другой стороны, тут очень тяжело, не зная всех деталей... действительно, не давал прохода, житья от него не было"*. Разница между поколениями оказалась в данном случае гораздо существеннее разницы между полами. Для молодежи единогласным было отношение к убийству как абсолютно неприемлемому социальному действию, которому не может быть оправдания.

При этом позиция женщин была несколько более сочувственной по отношению к героине заметки. **Молодежная группа. Респондентка Т.:** *"Ну, надо было найти какой-то другой выход. Не убивать же человека. Хотя я ее понимаю. Действительно, жить бок о бок с алкоголиком..., психическое здоровье этой женщины, конечно, оставляет желать лучшего. Я думаю, что она была просто в состоянии аффекта"*. **Респондентка Л.:** *"В том-то все и дело, что ей может быть, и обратиться было не к кому..."*

Для молодых участников фокус-группы особенно важным оказалось определить, возможен ли был другой выход из описанной в "Известиях" ситуации, однако четкого представления о том, как следовало "правильно", легитимно действовать, никто не обнаружил. В основном они предлагали апеллировать к государству в лице тех или иных

его органов (милиции, местной администрации и т.п.), причем все без исключения выразили определенный скептицизм в успехе этого предприятия. Общая мораль сводилась к тому, что надо было придумать что угодно, но "только не убивать". При этом очень характерна одна деталь: читатели обоего пола обвиняли женщину-заказчицу убийства прежде всего в *пассивности*. Она виновна в создавшейся ситуации потому, что не нашла способа разрешить ее легитимным, социально приемлемым путем. **Респондент Н.:** "...проблема этой женщины заключалась в ней самой. Недаром она тут говорит, что не может этого сделать, но ее пассивность как-то вот... она пустила все на самотек, [что] и привело к этому". **Респондентка Л.:** "Я вообще не приветствую такую пассивную позицию".

Аргументация в известной степени парадоксальная: в "пассивности" обвиняют женщину, решившуюся на крайнюю меру самозащиты - убийство (пусть и не своими руками). На мой взгляд, читатели здесь, вопреки фактам, озвучивают один из базовых сексистских стереотипов, присутствующих и в советской, и в постсоветской прессе: представление о женщине как о пассивном существе, неспособном защитить себя, самостоятельно решить свои проблемы.

Замуж за похитителя: репрезентация насилия над женщинами и ее восприятие читателями. Следующим материалом, вынесенным на обсуждение, была заметка из "Комсомольской правды", напечатанная под рубрикой "Традиции". Материал назывался "Спрячь на высоком балконе невесту - выкрадут вместе с балконом" [9] и посвящен был возобновлению обычая похищения невест в татарских селах Мордовии, причем не как символического ритуала, а в буквальном смысле: «Незнакомцы поджидали жертву в "девятке". Девушка и пискнуть не успела, как оказалась на заднем сиденье легковушки, связанная по рукам и ногам... Местные парни не тратят времени на ухаживания. Не хочет красавица замуж по собственной воле, берут силой». Заметка кончается при этом следующим образом: "- Обычно побесятся с полгода и привыкают, - улыбается Ибрагимыч, большой дока в похищениях. Сам он супругу себе "справил" в Саранске (и здесь воруют). На первых порах прятал в райцентре Лямбиль, а потом поставил перед выбором: или примеряешь свадебное платье, или возвращаешься к родителям с позором. Равилиа рисковать не стала. А сегодня уже и не ропщет на жизнь: и среди похитителей попадаются путевые мужики". Корреспондент-мужчина как бы солидаризируется с похитителем, вполне допуская, что насилие может быть вполне удачным началом счастливой семейной жизни.

Первую реакцию респондентов на этот текст можно определить как отстранение от материала: он был воспринят как национально-специфический, происходящий с "другими людьми", не имеющими отношения к читателям. **Респондент А.:** "Экзотический такой случай. Такая фольклорная зарисовка. Если бы это случилось здесь, то можно было бы однозначно говорить, что это неправильно. А там, видимо, еще какие-то дополнительные причины... к этому ведут". **Респондентка Т.:** «Под рубрикой "Традиции" читателю, наверно, будет интересно, что происходит в других регионах нашей родины».

Важно отметить, что для "других" (в данном случае в этническом отношении) мужчин и женщин предполагаются другие законы взаимоотношений: что неприемлемо для "европейцев" или для русских ("если бы это случилось здесь"), может быть нормально для представителей "экзотических" народов. И только после того, как модератор напомнил, что описанные в заметке события происходили в самом центре России, в Поволжье, та же самая респондентка, что говорила об интересных традициях, прореагировала: "Кошмар...". Другая высказалась еще более определенно: "С точки зрения цивилизации это - маразм".

Рассмотренная с "точки зрения цивилизации" ситуация вызвала у респондентов обоего пола резко отрицательное отношение. **Респондент С.:** "Это здесь концовка хорошая, я не знаю... вроде бы хорошая. Маловероятно. Не могла быть хорошей. С подонком жить..." **Респондентка И.:** "Я считаю, что это никакая уже не традиция, значит, там полное бесправие... обратиться некуда, не найдут. Для меня это

не традиция, для меня это отсутствие власти вообще полностью, бессилие государства..."

Отметим, что конечная ответственность за происходящее снова возлагается на государство. Участники фокус-групп как будто преодолевают здесь позицию журналиста, который фактически одобрительно относится к описываемой "традиции" ("И среди похитителей попадаются путевые мужики!"). Но это преодоление сопровождается определенными оговорками: большинство участников групп склоняется к тому, что похищение девушек неприемлемо "вообще", но, вероятно, есть такие категории девушек, для которых это вполне подходит.

Респондентка М.: *"...вообще интересно узнать, как эти традиции распространяются на женщин, то есть, может быть, женщина как бы согласна с этим... они этого ждут как счастья или бояться на улицу выйти? Как понять, эта традиция среди мужчин... или вообще, все за...?"*

Это рассуждение кажется чрезвычайно интересным: респондентка предполагает, что практика похищения может быть легитимной с точки зрения отдельной "мужской традиции", остается выяснить, разделяется ли она женщинами. В любом случае, признается роль традиции как базового механизма, регулирующего отношения между полами.

Таким образом, позиция большинства респондентов оказывается двойственной: с одной стороны, так делать нельзя, это незаконно. С другой, они, как и корреспондент "Комсомольской правды", допускают мысль, что женщина может быть и не против стать жертвой похищения, при условии, что похититель будет "путевым мужиком" и, главное, если "обряд" освящен традицией. Представляется, что здесь большую роль снова играет "отсутствующая фигура государства": когда оно устраняется от регулирования отношений между полами, становится возможно все: самосуд, похищения... Легитимность закона, "цивилизации" может быть сравнительно легко заменена другой легитимностью: национальной традицией или даже ее имитацией.

Логика заметки более или менее воспроизводится в логике респондентов - в самом деле, как уже отмечалось [10], восприятие коммуникационных технологий в значительной степени формирует способ трактовки реципиентами многих явлений, относящихся к сфере пола, культуры и власти.

Актуальна ли великая княгиня: отношение читателей к идеалу "патриотической женственности". Третий материал, вынесенный на обсуждение участников фокус-групп, был отобран из публикаций "Советской России" [11]. Это фрагмент историко-религиозной статьи о деятельнице древнерусской истории - великой княгине Ирине: "В ее жилах текла скандинавская кровь, ибо по происхождению она была дочерью шведского короля. Однако выйдя замуж за великого князя и приняв имя Ирины, она всей душой восприняла Россию как свою Родину. Ее происхождением пытались воспользоваться норвежцы, склоняя великую княгиню быть посредницей между ними и русичами, но она предупредила, что будет защищать интересы мужа. Семь сыновей и трех дочерей воспитала для России великая княгиня, и все они стали ревностными защитниками Православия. Перед смертью она приняла постриг". Этот текст принципиально отличается от двух предыдущих - в нем не отражены никакие события, это просто краткое панегирическое жизнеописание героини. Нас интересовало, насколько предложенный женский образ - судя по контексту и стилю подачи материала он предлагается именно как эталон - покажется привлекательным для читателей. Мнения разделились. Большая часть респондентов восприняла предложенный образ как позитивный и весьма привлекательный. **Респондентка К.:** *"В идеале это очень симпатично. Мне бы хотелось, чтобы у наших президентов и в прошлом, и будущем, и настоящем были такие жены..."* **Респондент Д.:** *"Мне кажется, что она эталон, идеал, потому что повела себя так, как требовали... моральные какие-то нормы, которые были актуальны тогда. И если современная женщина будет себя вести соответственно каким-то моральным требованиям современным, то это будет замечательно".*

Отметим, что женщина акцентирует внимание на чувствах к мужу, мужчина - на "соответствии моральным нормам", более того, именно эта нормативность и делает героиню статьи эталоном. Таким образом, женственность определяется через нормативность, а стержнем нормативности служит лояльность к мужу и патриотизм. Но по смыслу статьи ясно, что патриотизм великой княгини Ирины понимается именно как преданность родине мужа, поскольку при переговорах ее соотечественников с князем Ярославом она без колебаний приняла сторону князя, так же как раньше приняла его религию.

Были высказаны, однако, и другие точки зрения. *Респондентка Т.:* "По-моему, здесь рассматривается пример типичной патриархальной семьи. Когда муж - глава семьи, семья подчинена мужу... она воспитывает детей, чтит церковь, церковные устои, вот и все практически... Для того времени, да, это было нормально. А сейчас это, по-моему, неприменимо к нашему времени... почему? Условия изменились. Женщина должна быть другой. Недостаточно будет этих качеств перечисленных для современной женщины". *Респондент Д.:* "Здесь вообще... идет какой-то суррогат... она же дочь шведского короля, значит, она и русского языка даже не знала... Она его [мужа] и в глаза не видела... - ее привели как барашка... кто была женщина в то время, - тогда все решало оружие. Почему была большая, крепкая семья, - потому что мужик стучал кулаком".

Итак, "идеальность" великой княгини подвергается сомнениям по двум основаниям. Прежде всего, участники фокус-групп отмечают, что принципы, которыми руководствовалась княгиня, глубоко патриархальны и неприменимы к современным реалиям. Круг интересов героини ограничен семьей и религией, участие в политике осуществляется как часть семейных обязанностей - мир современной женщины несравненно шире. Но еще более интересна критика идеального образа, предложенная респондентом Д.: он говорит не только о том, что "сейчас совсем другое время", но подчеркивает мифологичность, неправдоподобность сюжета применительно к любым временам: иностранка, вступившая в брак по династическим соображениям, которую "привели как барашка", не очень правдоподобно выглядит в образе счастливой и благочестивой матери русского семейства. Он напоминает, что семейные отношения такого рода держатся на давлении мужа и, наконец, заключает, что в любом случае, образцовое исполнение семейных обязанностей еще не делает женщину эталоном, идеальным образцом для подражания. Налицо последовательная деконструкция патриархального дискурса, предложенного консервативным изданием, демонстрирующая способность аудитории сопротивляться навязываемым ей смыслам [12]. В то же время большая часть участников обсуждения с одобрением высказалась об эталоне "идеальной женственности", выраженном в образе княгини Ирины, и часто в том плане, что материал может быть использован "для воспитания детей". Таким образом, налицо определенное равновесие между ценностями газеты и значительной части аудитории, и ценности эти носят выраженно патриархальный характер.

Читатели и читательницы:

влияние пола на восприятие газетных материалов

Говоря о воздействии тех или иных материалов на читательскую аудиторию, прежде всего, конечно, следует иметь в виду, что никакой "аудитории вообще" в природе не существует, - она состоит из людей разного пола, возраста, этнической принадлежности, образовательного уровня и т.п. [13]. Сам метод фокус-групп предполагает возможность услышать "симфонию мнений", диалог разных читателей во всем его многообразии. Однако характер нашего исследования предполагал, что особенно важно проследить, как тендерный дискурс различных газет воспринимается представителя-

ми разных полов, можно ли применительно к этой теме говорить о "женском" и "мужском" прочтении текста?

Анализ материалов фокус-групп лишней раз продемонстрировал, что фактор пола действует не в чистом виде, но в сложном сочетании с другими социальными характеристиками: как нет "аудитории вообще", так нет и "женщин-читательниц вообще": они обладают различным образованием, социальным статусом, вкусами, политическими ориентациями и т.п. То же самое, конечно, верно, и по отношению к мужчинам. Соответственно, ни по одному из вопросов, вынесенных на обсуждение, не произошло явного разделения на "женскую" и "мужскую" партии: мнения участников могли совпадать или не совпадать вне зависимости от половой принадлежности.

В то же время даже на материале всего двух групп в речевых характеристиках респондентов, на наш взгляд, можно увидеть определенные закономерности, отражающие влияние их тендерной идентичности. Ярче всего это выявилось при обсуждении заметки из "Комсомольской правды" "Спрячь на высоком балконе невесту...". По сути, в заметке речь идет о прямом насилии, однако мужчина-журналист пересказывает события таким игривым тоном, что они могут выглядеть как некое романтическое предприятие. Очевидное противоречие между приведенными в заметке фактами и формой подачи материала провоцирует аудиторию на артикуляцию разных, порой конфликтных точек зрения. И оказывается, что мужчины-участники групп склонны относиться к описанной в заметке ситуации гораздо лояльней, чем женщины. **Респондент М.:** "Возвращение к истокам, можно считать. У меня соседка, грузинка, жила. Ее украли, она была очень довольна...". **Респондент И.:** "Ну, что с этим поделаешь... если все согласны". **Респондентка С.:** "Ничего себе, согласны, связанная по рукам и ногам, и пикнуть не успела...". **Респондент И.:** "Может, если он ее не воровал, она бы сама к нему пришла... Может быть, они бы на следующий день бы познакомилась... он пришел бы к родителям... официально свататься... Исход тот же...". **Респондентка С.:** "А выбор?" **Респондент И.:** "Она может уйти...". **Респондентка С.:** "Само дело украсть - это уже деспотизм. Согласиться из-за силы...". **Респондент В.:** "Об этом сложно судить... У них там свои порядки...". **Респондентка Л.:** "Это своего рода реклама. И очень несимпатичная. Даже незтичная... Это не статья, это заметка. Редактор должен был этому автору сделать замечание, что такие вещи нельзя публиковать...".

Из диалога видно, что если мужчины более или менее солидаризуются с позицией автора заметки, то у женщин она вызывает решительное неприятие. Этот пример интересен тем, что позволяет проследить влияние способа подачи материала, поскольку по мере того, как обсуждение удаляется от собственного текста заметки и касается "голых фактов", они все же встречают практически единодушное осуждение. Таким образом, можно констатировать способность женщин-читательниц сопротивляться откровенно патриархатному дискурсу.

Есть разница и в системе аргументации. Мужчины, осуждая практику похищений, говорят прежде всего о том, что она незаконна (а в том случае, если существуют какие-то специфические локальные законы, ее санкционирующие, она может быть и приемлемой). **Респондент М.:** "Если все будут считать, что это норма, то ничего...". Женщины же говорят прежде всего не о формальной легитимности, а о насилии над личностью. Им вообще свойственно подходить к ситуации не с позиции стороннего наблюдателя, находящегося "над схваткой", но идентифицировать себя с ее участницами, входить в их положение. Это заметно было и в предыдущем эпизоде фокус-групп, когда обсуждалась статья о женщине-киллере. **Респондентка Л.:** "Измытарили там этих бедных несчастных женщин... задолбанных. Я представляю, насколько сложная сама жизнь в этой Будогоди...". **Респондентка О.:** "Если бы мне такое предложили, я бы тоже рада была".

Это наблюдение совпадает с выводами С. Ливингстон, проводившей фокус-группы со зрителями телевизионных ток-шоу [14]. Она отметила, что мужчины склонны были обсуждать формальные правила проведения передачи, в то время как женщины

больше интересовались конкретными рассказами участников, вникали в их проблемы. Можно вспомнить здесь и классическую работу К. Гиллиган, противопоставившей этическую ориентацию на заботу и сопереживание ориентации на формальную справедливость и рациональность[15].

При этом респондентки отдавали себе отчет, что описанные в газетах жизненные ситуации связаны с положением женщин в обществе вообще. *Респондентка М.:* "Ну, должно государство в детских садах девочкам говорить, что они такие же личности, как и мальчики. И в школах тоже..." Подразумевается, что это далеко не очевидный факт, более того, для этого утверждения в сознании должна быть задействована такая влиятельная инстанция, как государство. Материалы фокус-групп показали, что мужчины гораздо охотнее рассуждают о том, какими должны быть женщины, чем сами женщины, и имеют по этому поводу более определенную точку зрения. На мой взгляд, это связано с тем, что патриархатная тендерная модель, в том числе и в ее советском варианте, представляет собой проекцию именно мужского взгляда на мужественность и женственность. Альтернативные же нормы и образцы поведения плохо прорисованы и не распространены в массовом сознании, в том числе и на страницах газет. Женщинам остается либо присоединиться к доминирующим представлениям, либо, преодолевая сопротивление, формулировать свои собственные - но в этом случае они не попадают в легитимный дискурс. Поэтому читатели газет, по моим наблюдениям, чувствуют себя комфортнее с текстом, чем читательницы.

Некоторые выводы

Проведенные фокус-группы показали, что существует определенное соответствие между представленными в газетах дискурсами и взглядами их читателей. Мы не можем впрямую говорить о степени влияния того или иного носителя информации на аудиторию, но, так или иначе, транслируемые ими значения разделяются значительной частью читательской аудитории. Особую суггестивную роль здесь играют привлекаемые газетами "эксперты", особенно психологи, выступающие как носители "объективной истины". С ними связывается то, что можно назвать "новой постсоветской нормативностью", пришедшей на смену советской прогосударственной идеологии. В то же время речь, по сути, идет об одном и том же критерии "общественного блага", которое выступает теперь не в виде "самого справедливого в мире общества", но в виде "психологического здоровья нации". Идея о том, что представители разных полов могут иметь и свои специфические интересы, несводимые к "общенациональным", не присутствует ни на страницах газет, ни в сознании респондентов.

Тем не менее, никогда оценка того или иного текста не бывает единогласной, читатели выступают в роли активных интерпретаторов и нередко успешно деконструируют патриархальные подтексты и контексты, в которые помещены газетные материалы. Пол читателя является важным фактором, воздействующим на его предпочтения, ценности и само восприятие текстов, однако влияние его носит очень сложный, опосредованный характер. Это связано в первую очередь с тем, что тендерная идентичность - лишь один из аспектов идентичности; она накладывается и перекрывается другими социальными характеристиками. Но большую роль здесь играет также то, что доминирующая во всех исследованных газетах модель тендерных отношений является не просто асимметричной, но, по сути, однополюсной. Как в газетных текстах, так и в высказываниях респондентов угадывается не всегда артикулированное, но подсудно присутствующее представление о женщинах как о "вечно других", отклоняющихся, создающих проблемы. С одной стороны, они выступают как жертвы, своей пассивностью провоцирующие насилие, с другой, как будто готовы смириться с насилием и полюбить насильника, который оказывается "путевым мужиком". Позитивно реализоваться они могут лишь в домашней сфере, служа интересам мужа и приобщаясь, таким образом, к патриотизму, находящемуся в целом в мужском ведении. Можно

говорить о глубоко укорененном гендерно-стереотипизированном подходе [16], доминирующем и на страницах всех трех рассмотренных в статье изданий, и в сознании читателей газеты. Эта позиция наиболее ясно артикулирована, но в то же время весьма уязвима, она постоянно подрывается если и не прямой критикой, то существованием параллельных смыслов и вариантов интерпретации.

Дж. Батлер предлагала деконструировать мистифицированные идентичности, анализируя дискурс и вскрывая приемы, с помощью которых они извращаются [17]. Калейдоскопичная картина современных российских масс-медиа дает возможность сделать этот анализ более эффективным, вскрывая властные отношения, которыми пропитана "сфера пола". Конструирование тендерных ролей в любом случае не происходит автоматически, по желанию политиков и редакторов газет, и критически прочитанные тексты могут дать почву не для "промывания мозгов", а для понимания своих реальных интересов и возможностей, а если надо, и для сопротивления.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Тартаковская И.Н.* "Сильная женщина плачет у окна": Тендерные репрезентации в советской и постсоветской массовой культуре // Аспекты социальной теории и современного общества / Под ред. СЕ. Кухтерина и А.Ю. Согомонова. М., 2000. С. 155-176; *Тартаковская И.Н.* Мужчины и женщины в легитимном дискурсе // Тендерные исследования. 2000. № 4. С. 246-265; *Тартаковская И.Н.* Мужчина и женщина на страницах современных российских газет: дискурсивный анализ // Рубеж. 2000. № 15. С. 168-241; *Tartakovskaya I.* The changing representation of gender roles in the Soviet and post-Soviet press // S. Ashwin (ed.) Gender, State and Society in Soviet and post-Soviet Russia. L. & NY., 2000. P. 118-136.
2. См., напр.: *Byars J.* All that Hollywood Allows. Re-reading gender in 1950s melodrama. Chapel Hill, NC: University of North Carolina Press, 1991; *Erens P.* (ed.) Issues in feminist film criticism. Bloomington, IN: Indiana University Press, 1990; *Gallagher M.* Women and men in the media // Communication Research Trends, special issue 12(1). P. 1-36; *Tuchman G.* Hearth and home: Images of women and the media. NY.; *Winship J.* Inside Women's magazines. L., 1987, и др.
3. *Mulvey L.* Visual pleasure and narrative cinema // Erens P. (ed.) Issues in Feminist Film Criticism. Bloomington, IN: Indiana University Press, 1990. P. 28-71; *Rhode D.* Media images, feminist issues // Signs: Journal of Women in Culture and Society. 1995. V. 20. № 3. P. 685-710.
4. *McQuail D.* Mass communication theory: An Introduction. L. 1994; *Neuman W.R.* The future of the mass audience. Cambridge, 1991; *Thompson J.B.* The media and modernity: A social theory of the media. Cambridge: Polity, 1995.
5. *Богомолова Н.Н., Фоломеева Т.В.* Фокусные группы как метод социально-психологического исследования. М., 1997. С. 17-18.
6. *Greenbaum T.L.* The Handbook for Focus Group Research. 2-nd ed. Thousand Oaks, L., New Delhi, 1998.
7. *Foucault M.* The Confessions of Flash // Gordon C. (ed.) Michel Foucault: Power/Knowledge. Hemel Hempstead: Harvester, 1980. P. 215-216.
8. Известия. 1997. № 14. 23 января. С. 3.
9. Комсомольская правда. 1997. № 7. 10 января. С. 4.
10. См., например, *Silverstone R., Hirsch E.* (eds) Consuming technologies. L., 1992.
11. Советская Россия. 1997 г. № 19. 4 февраля. С. 3.
12. *Schiller H.I.* Culture Inc.: The corporate takeover of public expression. NY., 1989.
13. *Allor M.* Relocating the Site of the Audience // Critical Studies in Mass Communication. 1989. № 5; *Ang I.* Desperately seeking the audience. L., 1990; *Fiske J.* Media Matters. Minneapolis, 1994.
14. *Livingstone S.* Watching talk: Gender and engagement in the viewing of audience discussion programmes // Media, Culture & Society. L., 1994. V. 16. P. 429-447.
15. *Gilligan C.* 'Preface' to In a Different Voice: Psychological Theory and Women's Development. 2nd edn. Cambridge, 1993.
16. Я опираюсь здесь на подход *Smeds R. et al.* Sweeping Away the Dust of Tradition // Cockburn C, Furt R. (eds.) Bringing Technology Home. L., 1994.
17. *Butler J.* Gender trouble: Feminism and the subversion of identity. NY., 1990. P. 190.