

УДК 130.2

**Л.Ю. МАЛЫХИНА**  
Брест, БрГТУ

**ПАТРИАРХАЛЬНЫЕ УСТАНОВКИ В РЕПРЕЗЕНТАЦИИ  
ОБРАЗА ЖЕНЩИН (НА ПРИМЕРЕ ТЕЛЕПЕРЕДАЧИ  
«ДАВАЙ ПОЖЕНИМСЯ!»)**

Под патриархальными установками нужно понимать влияние на поведение и мировоззрение людей устоявшихся в европейской христианской цивилизации представлений: о разделении обязанностей, прав, властных полномочий между мужчинами и женщинами, о стандартах красоты, поведения, нравственном кодексе и т.д., в которых особое предпочтение отдают интересам мужчин. Патриархат как артикуляция мужского шовинизма в культуре, несмотря на ощутимые успехи феминизма за последнее столетие, продолжает воспроизводиться на уровне всех

социальных институтов – семьи, государственной власти, системы образования, религии, СМИ и др. Патриархат в современных странах Восточной Европы «поддерживается общественными нравами и условиями организации общественной и частной жизни» [2, с. 30]. Репрезентация представляет собой воспроизведение идей, «манifestацию определённого способа видения», которая «легитимирует доминирующую в культуре идеологию, формы субординации и тем самым оказывается политической в своём основании» [5, с. 478]. Репрезентация образа женщин через средства массовой информации является наиболее ощутимым из современных способом влияния на мировоззрение. Поэтому основная идея нашего исследования – фаллоцентричный принцип видения в современной патриархальной культуре стран Восточной Европы – будет раскрыта через анализ репрезентации женщин в программе Первого канала российского телевидения «Давай поженимся!». Эта рейтинговая развлекательная передача вечернего эфира в будние дни наглядно подтверждает доминирование традиционных представлений о роли женщины в современном восточно-европейском обществе. Рассчитанный на широкий круг зрителей, этот многолетний творческий проект не только демонстрирует приверженность патриархальным ценностям, но и косвенно реконструирует их. Выбор объекта исследования объясняется тем, что в отличие от информационно-аналитических выпусков, формирующих общую картину мира, художественных фильмов, снятых в разные исторические эпохи новейшего времени и точках мира, и других ТВ-жанров, развлекательные передачи в первую очередь выполняют релаксационную функцию в СМИ и тем самым отражают актуальный срез культурных предпочтений того или иного общества. Популярные в основном среди женской аудитории и подготовленные с активным участием женщины выпуски программы «Давай поженимся!», казалось бы, должны раскрывать женский взгляд на проблему взаимоотношений полов, пропагандировать новые социокультурные установки в этой области. Тем не менее исследование содержания выпусков названного телепроекта показывает, что в процессе презентации женщин в нём (который является частью репрезентации женского образа в культуре в целом) преобладают мужские ценности и взгляды на красоту, модели поведения, права и обязанности женщин.

На современном этапе гендерные исследования осуществляются преимущественно в сочетании с другими смежными областями научного знания. Так, гендерная методология в истории повседневности помогает более полно раскрыть социокультурный процесс конструирования обществом половых различий. Исследования «женского вопроса» с точки зрения женщин впервые были распространены с 1960-х гг. С учётом накопившегося опыта, выводов и заключений таких специалистов в

гендерной теории, как К. Гиллиган, Л. Казакова, А. Усманова, Р. Хоф и И. Тартаковская, передача «Давай поженемся!» будет проанализирована на предмет гендерных приоритетов. Ценным источником по изучению вопроса является саморефлексия, опора на собственный женский опыт. Пытаясь избежать акцентуации на популярном в «женских исследованиях» концепте половых ролей, но не исключая полностью метод биологического детерминизма полов, анализ будет сосредоточен на гендере – социально-культурном конструкте сексуальности. Это поможет нам рассмотреть скрытые возможности влияния властных структур в реконструкции патриархальных ценностей в европейских странах СНГ, где проживает основная часть зрительской аудитории Первого канала.

Практически всегда репрезентация женщины – её действительного и ожидаемого внутреннего и внешнего образа, а значит – физической формы, профессиональных предпочтений, интеллекта, нравственности и других личностных качеств – происходит в развлекательной программе, предназначенной для аудитории старше 16, «Давай поженемся!». Повествовательный сценарий каждого выпуска держится на харизме и обаянии трёх соведущих: остроумной и язвительной актрисы Ларисы Гузеевой, тактичного и наблюдательного астролога Василисы Володиной, зажигательной и прямолинейной свахи Розы Сябитовой. Опираясь на свой личный опыт, знания, эти дамы знакомят между собой мужчин и женщин, реально желающих обрести семейное счастье, дают советы, делают заключения о шансах построить отношения с каждым из кандидатов на брак. Удивление вызывает тот факт, что в этой программе, создаваемой женщинами и преимущественно для женщин, непоследовательные попытки отстоять личное достоинство женщин, выступающих в качестве невест, соседствуют с открытым признанием устоявшихся патриархальных традиций. В частности, чтобы заслужить снисходительное одобрение ведущих, претендентки должны:

1. *Вести себя естественно и мягко*, приветствуется, если в трогательном моменте рассказа о своей судьбе прольются слёзы. Излишний эпатаж или отсутствие видимых эмоций, инфантильная манерность или напористость преследуются. В «ловле на живца» (жениха) должен срабатывать принцип «женщина должна быть слабой»: уступчивая, готовая обожествлять своего порой весьма посредственного партнёра женщина имеет больше шансов.

2. *Быть моложе 25 лет*, если будешь взрослее, готовься услышать нелицеприятное («ей нужно рожать уже завтра»), как будто репродуктивные функции являются главным качеством невесты. Женщины после 30 слышат нелицеприятные напоминания хозяек программы о «физиологических часиках», чтобы умерить желание романтических

отношений в пользу голого расчёта. Соответственно, инфертильные участницы шоу старше 40 лет всерьёз не рассматриваются. Они могут услышать от Л. Гузеевой: «А на кой он собственно тебе сдался? Наслаждайся свободой, расти внуков!» Понятно, что мужчины не прочь заполучить в жёны молодую, перспективную девушку, но ведь и интересы зрелой женщины – её жажда любви и желание любить, потребность в заботе, сексе, друге, готовом разделить и радости, и тяготы жизни, не должны игнорироваться.

3. Или *быть моложе жениха*. Несмотря на открытую неприязнь телеведущих к похотливым мужчинам, желающим «дельфиньего тела» – брака с женщинами намного младше себя, подобная существенная разница в возрасте всё же допускается в подборе невест для состоявшегося, а значит, «заслужившего на это право», жениха. Если главной героиней выпуска выступает дама, претендентов на руку и сердце моложе её по возрасту подбирают исключительно редко.

4. *Уметь готовить еду*, ещё лучше – уметь готовить блюда из национальной кухни потенциального мужа. Это требование из области всё ещё неизжитых гендерных стереотипов о разделении труда – «мужчина охотится на мамонта, а жена стоит у плиты». Ситуация наоборот всерьёз не рассматривается, и никого не заботит тот факт, что современную, работающую на производстве женщину каждодневное стояние у плиты изнуряет. По иронии судьбы те счастливицы, которых высокие заработки мужа избавляют от нужды зарабатывать на хлеб, имеют кухарок.

5. *Терпеть долгое отсутствие мужа* (т.е. командировки, ночную работу, ненормированную по времени занятость в творческой среде и так далее), если он работает на благосостояние семьи. И напротив – чрезмерная занятость героинь программ осуждается: те из них, кто в силу молодости, амбициозности, талантливости и профессионализма «пропадают на работе», в качестве невест не котируются.

6. *Не иметь детей*, а если женщине угораздило растить детей от прежних отношений (ведь в случае развода дети на постсоветском пространстве, как правило, остаются с матерью), ведущие призывают снижать планки требований к будущему спутнику. Интересно, что если в студию приходит вдовец или разведённый мужчина, оставшийся с детьми, его самоотверженность и отцовские качества превозносятся.

7. *Не иметь в анамнезе женатых любовников*, что автоматически характеризует невесту как беспринципную, бессовестную, а то и расчётливую «стерву». Требование справедливое, обоснованное перевернутой христианской заповедью «не возжелай жены ближнего своего», но в регионе с катастрофическим недостатком мужчин, а тем более свободных, без девиантных отклонений, его осуществить сложно.

Конкуренция среди женщин приводит к норме, когда у мужчины за плечами несколько браков или за пределами семьи у него развиваются параллельные отношения интимного порядка. Установка на абсолютный отказ представительницами прекрасного пола от посягательств на священные узы брака скорей всего является выражением желаний женского сообщества, ибо идёт в разрез с принципами эволюционной теории. И в ситуации борьбы за достойного и свободного мужчину женщина должна соответствовать ещё такому требованию как...

8. *Выглядеть ухоженной.* (Иногда кажется, что пресловутая красота славянских женщин – всего лишь миф. Прекрасны каждая по-своему восточные, африканские, латиноамериканские и так далее женщины. Но женщины постсоветского пространства бывают реально более ухожены, чем их западноевропейские подруги. Просто привыкли не расслабляться из-за указанных выше обстоятельств, и, что хуже, из-за издевающей изнутри неуверенности в своей естественной красоте. Участницы телепроекта «Давай поженимся!» редко бывают откровенно нехороши – ведь каждая готовится к эфиру, припасает лучший наряд, предвзвешенно посещает салон. Иногда труд над своей внешностью слишком очевиден – нарощенные волосы, раздувшиеся от силикона губы, грудь, ягодицы... Если на первых порах ведущие подтрунивали над такой искусственной красотой, то после косметических операций на теле свахи Розы Сябитовой, комментариев на этот счёт поубавилось. Усиленный уход за своим телом женщины предпочитают скрывать, чтобы, отвергая самоценность собственного естества, выставить продукт ухоженности как природные достоинства. Невесты в большинстве случаев стараются соответствовать шаблонному образу красавицы, введённому мужской культурой – длинные волосы, декольте, неброский, но обязательный макияж, подчёркнутые «шпильками» и короткой юбкой ноги... (Лишь немногие участницы, благодаря своей эпатажной внешности и провокационным заявлениям заслужили оценки «фрик» у Ларисы Гузеевой). Весь внешний облик невест содержит призыв, все эти проверенные десятилетиями мелочи обязаны затмить истинную природу женского тела. Ведь в глубине души каждая женщина убеждена, что истинная красота не должна требовать каких-то усилий – «настоящая женщина» женственна от природы, тогда как я сама – только маска, фальшивка». Понятно, что и последующим участницам проекта беспокойство и подспудный страх выглядеть естественной изжить вряд ли удастся. Внешний облик всех присутствующих на съёмке женщин говорит о том, что соблазнительная для спутника по жизни подруга – результат каждодневного труда над собой. (И дело здесь не только в обязательности грима при ярком искусственном освещении съёмки. Реальные люди,

вырванные из контекста своих невеселых обстоятельств в «чернушных» выпусках передачи «Пусть говорят» Андрея Малахова тому подтверждение. Они-то могут быть немодными, беззубыми, трогательными или пугающими в своей непосредственности. В передаче же «Давай поженимся!» женщины идут презентовать себя!)

Образы женской красоты, которые репрезентируются сегодня через средства массовой информации, во многом определяют самооощение женщин, их самооценку. Усиленная реклама средств и способов ухода женщины за собой, одежды, навязывание через СМИ глянцевого образа – того стандарта красоты, который не имеет ничего общего с действительностью – вселяет в женщин хроническое чувство неполноценности, ощущение необходимости тяжкой ноши повседневного труда по изменению своей внешности, чтобы понравиться партнёру. «В патриархальной культуре – прекрасное тело – это долг и обязанность женщины» [3]. Навязывание извне стандартов внешности снижает самооценку женщин, вызывает чувства подавленности и подчинённости. В то время как информационное влияние рекламы и содержания других продуктов СМИ на самооценку мужской аудитории не так значительно.

Эти и многие другие транслируемые в передаче «Давай поженимся!» требования к образу идеальной для семьи женщины являются выражением устоявшихся патриархальных принципов видения социально-культурных норм в восточноевропейском обществе. Изучение дискурсивной практики проекта позволяет выделить в нашем гендерном исследовании несколько проблемных блоков.

*Соотношение «мужской» и «женской» работы.* При просмотре выпусков «Давай поженимся!» становится очевидно, что, пытаясь сохранить личное пространство женского населения страны, т.е. уговаривая не подстраиваться в угоду вкусам мужчины, «не строить из себя девочку», а быть естественной, целеустремленной, образованной, интересной, ведущие не избегают, а даже потакают шаблонным стереотипам о гендерных ролях. Например, в выпуске «Высокие отношения» от 28 октября 2014 г. [7] невеста Анна простодушно признается в том, что не умеет и не любит готовить, но имеет массу других достоинств. За что минут на десять предается жесткому прессингу со стороны ведущих, напоминающих успешной руководительнице большого коллектива, творческой личности, что приготовление еды, содержание дома в чистоте – священная обязанность женщин.

По этому поводу уместно вспомнить заключение И. Тартаковской, что из-за домашних обязанностей женщина не является свободным актором на рынке труда и поэтому вынуждена продавать свою рабочую силу по более низкой стоимости [4, с. 93]. В целом стереотип «пока муж

зарабатывает деньги, жена обеспечивает тылы» с одобрения ведущих программы активно навязывается многомиллионному зрителю. Роза Сябитова использует патриархальную модель сватовства с многовековой историей («У нас товар – у вас купец»), выведывая достаточно ли много зарабатывает жених для того, чтобы обеспечить жену и будущих детей и тем самым поощряет сохранение за мужчинами контроля над рынком труда. Не удивительно, что «женщины не допускаются к высокооплачиваемым местам, из-за этого они вынуждены смотреть на брак как на средство решения материальных проблем и смиряться со своей бесплатной эксплуатацией дома» [4, с. 87]. В условиях ужесточающихся условий в современной мировой экономике такое новое «прикрепление» женщин к домашнему хозяйству удовлетворяет интересы мужчин, озабоченных проявленной в XX столетии конкурентоспособностью женщин на рынке труда.

*Асимметричное родительство.* Ещё один фактор, ограничивающий шансы женщины не только на рынке труда, но и на рынке невест, – наличие детей. Этот «довесок» женщины (по выражению ведущих программы) обязательно обсуждается ещё «на берегу»: сможет ли жених полюбить чужого ребёнка, воспитывать, обеспечивать его и т.д. В то время как дети женихов интересуют «дежурного финансиста» программы Р. Сябитову только как статья расходов на алименты. В деле укрепления патриархальной традиции, когда основной груз обязанностей по уходу за детьми и их воспитание ложится на мать, осуждению ведущих обязательно подвергаются молодые женщины, которые ради образования или реализации в профессиональной сфере были вынуждены оставить ребенка с бывшим мужем или в семье родителей. Доминирование детоцентричной женской судьбы, поощрение того, что вся тяжесть ответственности за детей лежит на матери и попутно ограничивает её шансы на рынке труда и в устройстве личной жизни, пока ещё остаётся характерной чертой гендерных отношений на восточно-европейском пространстве.

*Конструирование гендерной идентичности и сексуальная иерархия.* В программе происходят репрезентации не просто внешнего образа идеальной женщины – молодой, стройной, с аппетитными округлостями, но и обсуждаются навязанные мужчинами мифы о разделении женщин на образы святош или блудниц. «Патриархальное общество жёстко контролирует сферу сексуальных отношений, предписывая женщине сохранение девственности до брака ... связывая её сексуальную жизнь преимущественно с воспроизводством рода, а не с получением удовольствия» [2, с. 31]. Если к 40-летнему возрасту мужчина имеет за спиной разрушенную семью, несколько любовниц – это свидетельство того, что он востребован, здоров. В отношении похожих по поведению участниц

можно отождествлять с принятыми в обществе моральными нормами) не столь лояльны – они тщательно разбирают допущенные «ошибки», вызывают к ужесточению материнского контроля за девушками, ведущими половую жизнь до брака, или ласково журят «блудницу», если она раскаялась. По мнению психолога К. Гиллиган, общественный контроль за сохранением девственности до брака возник в ту пору, когда рождаемостью детей можно было управлять только строгим воздержанием и сексуальные потребности женщин отрицались [1, р. 5–23]. Половое воздержание, ставшее необязательным в нынешнюю эпоху контрацепции и аборт (и даже снижающее умственные способности женщин, по мнению З. Фрейда), тем не менее, остается желаемым фактором для невест. Поэтому в ряде программ «Давай поженимся!» о неискушенности участников в половой сфере заявляется прямо. Для мужчин девственность – это ещё один патриархальный способ закрепощения жены за собой: ведь увеличивается вероятность того, что невеста-девственница, не зная истинных предпочтений своего тела, не имея возможности уже будучи в браке сравнить любовников, станет верной супругой. С другой стороны, женихи и невесты, сохранившие девственность после 30, также подвергались в названном телепроекте более пристальному изучению, как люди аномальные, не умеющие строить близкие отношения. Получается, что с точки зрения общественной морали – её в программе реконструируют все участники – ведущие, невесты и женихи, их друзья-советчики – ценность представляет не столько девственность физиологическая, сколько половое воздержание свободных от брака женщин.

В конечном итоге в репрезентации образа женщины в программе «Давай поженимся!» почти не остается места для «женского» взгляда. Развитие собственной, адаптированной к каждой конкретной личности, женской судьбы, не заикленной на самопожертвовании ради интересов мужчины – не предмет рассмотрения в матримониальном по своей основной задаче проекте. Как будто понравиться мужчине и есть основная жизненная цель каждой женщины, а самоценности женская судьба не представляет! Патриархальные заботы нашего общества направлены на то, чтобы выгодно «продать» женщину, и делается слишком мало для того, чтобы дать толчок, создать мотивацию для дальнейшего совершенствования мужчин. (Что вполне созвучно выводам психологов-мужчин Э. Эриксона, Б. Беттельхейма, считающих, что женская идентичность способна развиваться только в связи с близостью с мужчиной, а мужское поведение принимается за «норму» [1, р. 12–13]).

Раскрывая саморазрушительный потенциал жертвенной морали у женщин, исследовательница К. Гиллиган видит его преодоление в осознании свои прав. Развивая с точки зрения психологии теорию половых различий, она склоняется к концепции, что «у мужчин обычно возникают

трудности во взаимоотношениях, а у женщин – в индивидуализации». Взяв на вооружение этот ценный исследовательский вывод, нужно продолжать работу по разоблачению шовинистических по отношению к женщинам патриархальных установок в нашей культуре.

Нередко ведущие программы формулируют такое требование к будущей жене, как «вдохновлять мужчину на свершения». Что ж, некоторым это удастся, но как раз тем, которые не относятся к себе уничтожительно. Так, по теории нравственного развития женщины К. Гиллиган [1, р. 5–23], только на этапе взросления женщина заботится о себе, затем – исключительно о других, преодолевая якобы эгоизм, на третьем этапе, если удосужится дорасти до него, заботится о себе и других людях одновременно. И хотя постсоветское общество продолжает вырабатывать новые модели «патриархальной сделки», в которых материнская и супружеская забота, определённое сексуальное поведение «становятся способами извлечения благ, механизмами неявного контроля или ограничения свободы действий других» [2, с. 38], на мой взгляд, женщины нового поколения больше, чем их мамы и бабушки, через воспитание самоуважения к себе способны перейти «от рабства зависимости до динамики взаимозависимости» [1, р. 22] с мужчиной.

Получается, что вполне женский по целевой аудитории ТВ-проект Первого канала спокойно транслирует патриархальные ценности, предпочтительные властным структурам (как минимум в лице мужского руководства канала). Гендерная политика в европейских странах, достигшая успехов в продвижении женских прав в научной, деловой, политических сферах вынуждена учитывать естественное неравенство полов в личной сфере, продиктованное не только физиологическими особенностями, но и особенностями многовекового патриархального уклада христианского и мусульманского населения. Подобные проанализированному выше продукты СМИ, как отмечает Лина Казакова, «часто несут в себе имплицитное сообщение, что женщина должна бояться – бояться возраста, бояться еды, бояться одиночества» [3].

Принимая во внимание биологически обусловленные различия между полами, необходимо признать, что выявленные в телепередаче «Давай поженимся!» элементы патриархальной культуры объяснимы, соответствуют природе человека. Так, полигамия мужчин, возможность производить здоровое потомство даже в пожилом возрасте, большее, чем у женщин стремление к социальной реализации и другие факторы фактически легализуют организацию «рынка невест» в «Давай поженимся!». Но, обращаясь к социальным и культурным предпосылкам половых различий, мы должны признать, что маргинальный статус женщины в современном обществе, тщательно закамуфлированный в

изданиях и эфирах, политически и экономически выгоден мужчинам. Каждый из продуктов СМИ, так или иначе, несёт в себе воспитательный потенциал, навязывает определённые стереотипы. Так, телепроект «Давай поженимся!» с многомиллионной русскоязычной зрительской аудиторией регулярно реконструирует «одобренный» женский образ свойственный нашей патриархальной культурной среде. Нам доводят мысль – если ты будешь ухожена, благопристойно в мужском представлении одета, соответствуешь стандартам хорошей хозяйки и матери, то, может быть, если возраст ещё не критический, тебе удастся обратить на себя внимание потенциального мужа. Это соответствует типичной стратегии развития нравственности у девочки, а затем взрослой женщины, возводящей в основу своей морали только любовь и заботу к другому.

Необходимо отказаться от принятого в обществе постулата о естественном различии полов, на котором базируется патриархальная система власти и возникает теория о разделении ролей между мужчиной и женщиной. «Естественность» мужских и женских качеств спорна, существует множественность их соотношений, эволюционирующих со временем, в том числе из-за давления социально-культурных установок, исторических изменений. Следует согласиться с мнением доктора Р. Хоф, что «соотношения полов являются репрезентацией внутрикультурных систем правил» [6, с. 45]. А правила иногда меняют. И, конечно, именно создатели культурных продуктов в СМИ имеют в своих руках эффективные механизмы для внедрения новых образов феминности. Сегодня женщины-ведущие в программе «Давай поженимся!» говорят в два голоса, выражают две точки зрения, «ту, которая ей навязана доминирующей в обществе идеологией (т.е. представляет «мужской» взгляд на мир), и ту, которая связана с мыслями и чувствами репрессированной социальной группы – в данном случае женщин» [5, с. 478]. Возможно, в последующем независимость их суждений от навязанных обществом установок будет выражаться ярче. Очень показательным в этом плане стало своего рода «постшоу» с Василисой Володиной перед уходом в декретный отпуск. В проникновенном интервью Ю. Меньшовой в «Наедине со всеми» [8] она отчётливо выразила чувство разочарования от создавшихся в нашем обществе социально-культурных установок в области взаимоотношений полов, обосновала свои претензии к проявлению мужского шовинизма в «Давай поженимся!».

А пока мы должны признать, что, несмотря на зримые успехи феминистского движения, популяризацию в обществе достижений гендерной науки, большая часть восточноевропейских женщин по-прежнему смотрят на себя глазами мужчины, представляя себя объектом его желания; репрезентация образа женщины в визуальных формах искусства происходит под влиянием патриархальных установок.

1. Gilligan, C. *In a Different Voice: Psychological Theory and Women's Development* / C. Gilligan. – Cambridge : Harvard University Press, 1982. – 184 p.
2. Здравомыслова, Е. Ушёл ли в прошлое патриархат? Специфическая власть «слабого пола» / Е. Здравомыслова, А. Темкина // *Гендер для «чайников»*. – М. : Звенья, 2009. – С. 25–41.
3. Казакова, Л. Женщина в зеркале масс-медиа [Электронный ресурс] / Л. Казакова. – Режим доступа: [http://takaya.eu/texts/essay/beauty\\_ideals/](http://takaya.eu/texts/essay/beauty_ideals/).
4. Тартаковская, И. Мужская работа, женская работа / И. Тартаковская // *Рубеж : альм. соц. исслед.* – 2001. – № 16–17. – С. 87–101.
5. Усманова, А. Женщины и искусство: Политика репрезентации / А. Усманова // *Гендерные исследования : учеб. пособие/ХИЦГИ.* – СПб. : Алетейя, 2001. – С. 465–492.
6. Хоф, Р. Возникновение и развитие гендерных исследований / Р. Хоф // *Пол. Гендер. Культура: немецкие и русские исследования* / под ред. Э. Шоре, К. Хадер. – М. : РГГУ, 2009.
7. Высокие отношения. Давай поженимся! Выпуск от 28.10.2014 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.1tv.ru/prj/magny/vyпуск/33951>.
8. Наедине со всеми. Василиса Володина. Эфир от 04.09.2014 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://naedinesovsemi.ru/sezon2/naedine-so-vseми-vasilisa-volodina-efir-ot-04-09-2014.html>.