

## Секция «Журналистика»

### Шутки в сторону: гендерный анализ теле-программ «Прожекторперисхилтон» и «Девчата»

*Воронова Л.А.<sup>1</sup>, Калинина Е.А.<sup>2</sup>*

*1 - Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,  
журналистики, 2 - Södertörns Högskola, Stockholm, Sweden, School of Culture and  
Communication, Москва, Россия  
E-mail: lusyandrik@gmail.com*

В современных западных исследованиях юмор рассматривается как форма дискурса, что позволяет проследить взаимосвязь между составляющими юмора и социальным контекстом, в котором рождаются шутки [п4]. Опираясь на понятие культуры, предложенное Стюартом Холлом, можно предположить, что юмористическая форма дискурса в большей степени, чем любая другая культурная форма, основана на нормах, общих для всех представителей данной культуры [п6]. Для того, чтобы телезрители получали удовольствие от шуток, а теле-компании – высокие рейтинги и доходы, шутки должны содержать такие культурные «коды», которые могут быть расшифрованы мгновенно. Такими кодами, чаще всего, становятся стереотипы [п8] – гендерные, национальные, религиозные и т.д.

Анализируя телевизионные передачи «Прожекторперисхилтон» и «Девчата», мы ставим перед собой задачу выяснить, каковы гендерные стереотипы, лежащие в основе юмористического дискурса данных программ. Для этого мы исследуем не только текст самих шуток, но, рассматривая передачи в целом как текст [п7], обращаемся также к музыкальному сопровождению передач, интерьеру телевизионных студий, образам ведущих, стилю их беседы.

«Прожекторперисхилтон» и «Девчата», выходящие в эфир в прайм-тайм на «1 канале» и «России-1» соответственно, апеллируют к разноплановой аудитории: в то время, как «Прожекторперисхилтон» нацелен на привлечение прогрессивной молодежи обоих полов, программа «Девчата» адресована преимущественно женской аудитории и иной возрастной категории. В соответствии с профилями каналов, концепция «Прожекторперисхилтона» изначально не предполагала акцента на специфичности «мужского» взгляда на события, предложенного ведущими, и «мужское начало» программы не было в центре общественного внимания до тех пор, пока на другом канале не появилась передача «Девчата», где «женская логика» и «женский юмор» стали визитной карточкой. Действительно, эссенциалистская логика (подразумевающая, что женщины и мужчины мыслят, шутят и говорят по-разному) предполагает, что мужской взгляд и мужской юмор являются нормой, в то время как женский взгляд и юмор могут быть предложены лишь в качестве альтернативы этой норме [п11]. Таким образом, программа «Девчата» выполняет в современном медиа-дискурсе ту же роль, что и «женские страницы» в изданиях конца 19-го века, а именно представляет «женскую» версию тех событий, которые могут быть интересны женщинам и создает некое «женское» медиа-пространство. Тем не менее, на наш взгляд, сегодня это «женское» пространство медиа-дискурса не имеет ничего общего с феминистической публичной сферой [п1], где женщины (и мужчины) могут озвучить собственные взгляды не в той форме, в которой ожидает общество, а в той, какой они сами считают нужным.

Как мы убедились, музыка, студийные интерьеры, образы ведущих, стиль их беседы соответствуют общепринятым в России стереотипам о «мужском» и «женском»: в музыке «Прожекторперисхилтона» слышны «мужские», а в «Девчатах» «женские» тона и доминируют разные музыкальные инструменты [n10]; в интерьерах можно найти элементы, отсылающие (в «Прожекторе») к мужскому публичному пространству Английского субботнего клуба и (в «Девчатах») к более приватному будуару [n3]; сами ведущие играют заранее выбранные роли, представляющие разные, но приемлемые в обществе, типы феминности и маскулинности [n5]; да и стиль их разговора обусловлен правилами поведения в мужской и женской компании [n2]. Если же говорить о содержании шуток, то то, что создатели «Девчат» пытаются представить как «женский юмор», по сути является «мужским» юмором, поскольку также дублирует и укрепляет существующие стереотипы. Поэтому даже если создается видимость, что женщинам предоставлено место в медийном пространстве, завуалированные гендерные стереотипы остаются неизменными. Зрители же, в свою очередь, независимо от пола, во время просмотра передач, должны настроиться на «мужской» юмор и «включить» мужской взгляд [n9] для того, чтобы получать удовольствие от просмотра программ.

#### **Литература**

1. Byerly, C.M., Ross, K. *Women & Media: A Critical Introduction*. Malden: Blackwell Publishing. 2006.
2. Campbell, K.K. *Man Cannot Speak for Her: A Critical Study of Early Feminist Rhetoric*. New York: Greenwood Press. 1989.
3. Colomina, B. Exerpts from 'The Split Walls: Domestic Voyeurism' // *Gender Space Architecture: an Interdisciplinary Introduction*. Routledge. 2000. P. 312-320.
4. Crawford, M. Gender and humor in social context // *Journal of Pragmatics*, Volume 35, Issue 9, September, 2003. P. 1413-1430.
5. Goffman, E. *The Presentation of Self in Everyday Life*. Woodstock, NY: The Overlook Press. 1973.
6. Hall, S. (ed.) *Representation: cultural representations and signifying practices*. London: Sage. 1997.
7. Jensen, K.B. (ed.) *A handbook of media and communication research: qualitative and quantitative methodologies*. London: Routledge. 2002.
8. Lippmann, W. *Public Opinion*. New Brunswick, N.J. : Transaction. 1997.
9. Mulvey, L. *Visual Pleasure and Narrative Cinema* // *Screen* 16 (3), Autumn, 1975. P. 6-18.
10. Tagg, P *Music, Moving Images, Semiotics, and the Democratic Right to Know* // *Music and Manipulation. On the Social Uses and Social Control of Music*. Berhan Books. 2006. P. 163-186.
11. van Zoonen, L. *Feminist Media Studies*. London: Sage. 1996.