

**Методы конструирования женских образов в российских Инстаграм-блогах.
Анализ с точки зрения Gender studies**

Научный руководитель – Колпина Екатерина Владимировна

Кожаринова Мария Викторовна

Студент (бакалавр)

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Факультет гуманитарных наук, Москва, Россия

E-mail: anna_adv@inbox.ru

Мой доклад представляет собой часть более масштабного исследования, посвящённого детальному исследованию методов конструирования женского образа в российском сегменте Инстаграм. Анализ этих техник будет построен на сравнении методов воздействия на аудиторию в Инстаграм и в традиционных медиа: в первую очередь, в разных телевизионных жанрах, таких как реалити-шоу или ток-шоу.

Таким образом, объектом исследования станет ряд женских Инстаграм-блогов с аудиторией более 1 миллиона подписчиков. Целью конкретно этого доклада будет анализ литературы, существующей в рамках направления Gender studies, на основе которого в дальнейшем будет выявлена преемственность конструирования женских образов в Инстаграм-блогах и в традиционных телевизионных нарративах. Задача исследования – на конкретных примерах рассмотреть ключевые элементы создания образа «женщины» в Инстаграм. Для этого будет применен метод эмпирического анализа разнообразных форм саморепрезентации в Инстаграм, начиная с Инстаграм-историй, текстов постов и заканчивая разбором менее популярных видео в формате IGTV, в совокупности создающих цифровой образ «современной идеальной женщины».

Важно отметить, что проблематика гендерных исследований является одной из центральных для моей работы, поскольку вне гендерного поля не представляется возможным осветить формы воплощения патриархальных стереотипов и эротизации образа женщины в блогах с массовой аудиторией. В связи с этим, основная часть доклада будет посвящена анализу литературы, краткое описание которой даётся ниже:

A. McRobbie, «The Aftermath of Feminism: Gender, Culture and Social Change» [n4]

Эта первая работа представляется особенно полезной для анализа Инстаграм-блогов, поскольку именно благодаря ей мне впервые удалось приблизиться к поиску ответов на многочисленные вопросы: «Зачем большинство женщин сознательно предстают перед аудиторией в гиперфеминных образах?», «Почему женщина-блогер стремится к идеализации своей внешности с позиции «мужского взгляда»?», «Для чего блогер-феминистка Александра Митрошина занимается твормом и постоянно демонстрирует это аудитории? Как это сочетается с её усиленной борьбой за права женщин?». Почему Валерия Чекалина, мама-блогер с 9 миллионами подписчиков, снимается в эротических фотосессиях (одна или с мужем), в то время как более 90% её аудитории - женщины? Казалось бы, подобные откровенные снимки было бы привычнее встретить на обложке какого-нибудь «мужского» журнала вроде Playboy, но они в огромном количестве присутствуют в материнском блоге.

Именно на эти и многие другие вопросы можно найти ответ в развивающемся сейчас направлении постфеминизма, главным достижением которого является перенос внимания с проблематики первых волн феминизма, делающих акцент на экономико-социальном неравенстве, на рассмотрение этого неравенства в «растворенном виде» в массовой культуре, частью которой и является Инстаграм.

Итак, главная идея постфеминистки А. Макроби, применимая к повсеместно встречающейся сексуальной самообъективации женщин-блогеров, заключается в том, что современная самодостаточная женщина создает гиперфеминный визуальный образ не потому, что её кто бы то ни было заставляет это делать, а потому, что ей действительно этого хочется. На достигнутом в современном обществе уровне независимости и равноправия женщина уже оказывается способна добровольно примерять на себя гиперфеминность в разных её проявлениях, будь то эстетичные обнаженные фотографии или занятия твερком. В парадигме постфеминизма принятие решения о такой саморепрезентации может быть рассмотрено как самостоятельное и индивидуализированное, а не навязанное «мужским взглядом».

Т., Barlow, U. Dong, P. Ramamurthy, L. Thomas, A. Weinbaum, «The Modern Girl Around the World» [n2]

В этой второй постфеминистской работе исследуется становление «современной девушки» (The Modern Girl) как глобального феномена первой половины XX века. Modern Girl, как и современная образцовая женщина-блогер, носит вызывающую откровенную одежду и стремится к «романтической любви», но уже не довольствуется ролью послушной жены, матери или дочери. Явление «Modern Girl» в этой работе рассматривается в качестве особой категории, своим появлением обязанным процессам глобализации и переосмысления соотношения понятий гендера и пола. Главным объектом этого исследования стали женские образы в рекламе косметики в разных странах мира, конструирование которых было обусловлено процессами глобального культурного трансфера. Это исследование может оказаться полезным еще и потому, что косметика является одним из важнейших средств самовыражения и конструирования образа в Инстаграм.

С. Holmlund, « Postfeminism from A to G» [n3]

Для того, чтобы понять, каким образом можно продуктивно применить к женщинам Истаграм-блогерам исследовательскую оптику постфеминизма, важно будет обратиться к работе, где объясняется от А до Я (или в случае этой работы from A to G) что из себя представляет «академический» постфеминизм, и как отличить его идеи от компрометирующего достижения феминизма движения «chick postfeminism» (дословно от англ. «цыплячий постфеминизм»).

Л. Малви «Визуальное удовольствие и нарративный кинематограф» [n1]

Эта работа видится особенно полезной в моем исследовании, поскольку в Инстаграм визуальная составляющая образа женщины является ключевой. Примечательно, что по многим параметрам наблюдаются пересечения визуальности в этой социальной сети и в кинематографе. Важная параллель с кино, описываемая Л. Малви, это “взгляд” зрителя, который в Инстаграм всегда «мужской»: огромное количество откровенного сексуализированного контента свидетельствует об этом. Кроме того, “подглядывание” (скопфилия), которую Малви описывает в кинематографе через оптику психоанализа, также во многом может объяснить популярность у аудитории эротического контента.

Источники и литература

- 1) Малви Л. Визуальное удовольствие и нарративный кинематограф. Минск: Антология гендерной теории, 2000 [1975].
- 2) Barlow, T., Dong, U., Ramamurthy P., Thomas, L., Weinbaum A. The Modern Girl Around the World. Washington: A Research Agenda and Preliminary Findings, 2005.

- 3) Holmlund, C. Postfeminism from A to G // Cinema Journal . 2005. №44 (2).
- 4) McRobbie, A The Aftermath of Feminism: Gender, Culture and Social Change. Los Angeles, London: Culture, Representation and Identity Series, 2009.