

КИНО В СОЦИОЛОГИЧЕСКОМ РАКУРСЕ

Е.Р. Ярская-Смирнова

ГЕНДЕР, ВЛАСТЬ И КИНЕМАТОГРАФ: основные направления феминистской кинокритики

Кино нечасто входит в сферу профессиональных интересов отечественных социологов, и социальные представления чаще исследуются с помощью опросов или интервью. В социологических работах кинематограф если и фигурирует, то лишь в качестве индикатора «уровня культуры» или в аспекте «нравственно-опасного» потребления западной кинопродукции. Между тем, художественные репрезентации вносят существенный вклад в образное определение социального порядка; кинокамера может вскрывать, ставить под сомнение догмы «здравого смысла» или быть фиксатором стереотипов. В этой статье мы рассмотрим некоторые идеи и обсудим направления зарубежной феминистской кинокритики.

Киноведение (Film Studies) становится важным компонентом феминистской теории с конца 1960-х гг. Ранее киноведение развивалось в русле культурных исследований (cultural studies), интеллектуальный дебют которых относится к началу 1960-х гг., времени основания Центра современных культурных исследований в Бирмингеме (Великобритания). Первые феминистские дебаты о медиа и кино фокусируются в основном вокруг трех центральных тем: стереотипы, порнография и идеология; а также касаются различных моментов технологии конструирования гендера, приписывания смыслов женскому и мужскому посредством кино и масс-медиа [1]. Кроме того, феминистские исследования анализируют то, каким образом кодируется информация о гендере в процессе кино-

Ярская-Смирнова Елена Ростиславовна — доктор социологических наук, заведующая кафедрой социальной работы Саратовского технического университета.

E-mail: slava@slava.saratov.su

производства. На наш взгляд, можно рассмотреть несколько основных направлений современной феминистской кинокритики. Акцент в этих направлениях делается на разных ипостасях кино, которое предстает как: 1) социальный институт, 2) способ производства, 3) текст, 4) чтение текста. Феминистская кинокритика показывает, что ни одна из этих ипостасей не является гендерно-нейтральной.

В качестве устоявшейся и регулярной социальной практики, санкционируемой и поддерживаемой социальными нормами, кино играет важную роль в социальной структуре современного общества. Кино как *социальный институт* включает целый комплекс разнообразных социальных ролей, в том числе зрителя и режиссера фильма, критика и продюсера, актера и сценариста, администрацию телеканала, кинотеатра или студии видеозаписи. Такие роли обязательны для каждого отдельно взятого кинофильма. В качестве института кино удовлетворяет потребности различных социальных групп, и поэтому развитие кино подчиняется вкусам зрителей. Социокультурный контекст практик кинопотребления при этом, очевидно, обладает тендерной спецификой. В то же время, репрезентации визуальной культуры (кинематограф, живопись, реклама, медиа) так же, как и дискурсы институциональных форм знания (например, медицины, психиатрии, сексологии, социологии, теологии) влияют на социальные представления, направляя повседневные социальные практики, и тем самым конструируют тендерные отношения, сексуальность и субъекты сексуальности [2; 3]. Язык сексуальности, используемый в художественном произведении, всегда содержит в себе напряженное противостояние микроструктур индивидуального опыта и макроконтэкстов социального.

Тендерная структура производства фильма выражается в конкретных позициях, задачах, опыте, ценностях, наградах и оценке женщин-создателей картины и может быть рассмотрена на микро-, мезо- и макроуровне. Вопрос, влияет ли эта структура и каким образом на процесс кодирования тендера, одно время сводился к подобному: «приведет ли рост числа женщин-режиссеров (или продюсеров, операторов, сценаристов, редакторов) к улучшению содержания фильмов?» При такой упрощенной постановке вопроса игнорировались особенности организации кинопроизводства, более широкий социальный контекст и предполагалась универалистская трактовка тендера. На самом деле, тендерная структура кинопроизводства представляет большой интерес для феминистского анализа и может быть проанализирована, например, в таких аспектах: 1) служащие в кинопроизводстве — на какую работу и как нанимают женщин, а также как с ними обращаются; 2) профессионалы в кино — как женщины работают, как воспринимают свою профессиональную роль, и как эта роль воспринимается их коллегами-мужчинами; 3) гендер и организация, скажем, институт или факультет кинематографии, киноведения, 4) ориентация кинопродукции на женщин; 5) гендер и экономический, социальный и правовой контексты кинопроизводства.

Чтобы проиллюстрировать и разъяснить сложности и противоречия, включенные в производство фильма, обратимся к работе Джулии д'Ас-

си, которая провела в 1987 г. анализ американского полицейского сериала «Кэгни и Лэйси» о работе и частной жизни двух нью-йоркских женщин-полицейских [4, р. 203 — 226]. Первоначально был задуман фильм под названием «Ни с места» с перевернутыми ролями мужчин и женщин, полицейских и разбойников: женщины-полицейские узнают о существовании в городе мужского борделя, который содержит Крестная Мать и где услуги посетительницам оказывают мужчины-проститутки. Авторы сценария Барбара Аведон и Барбара Кордэй были участницами женского движения, а продюсер Барни Розенцвейг разделял их феминистские идеи. Возможность создать профессиональную инновативную работу казалась инициаторам проекта очевидной. Однако через шесть лет, в 1980 г. сценарий был переделан для телесериала, поскольку за все это время ни одна киностудия не согласилась на производство ленты, в которой женщины были показаны как недостаточно феминные, мягкие или сексапильные. Телесериал имел большой успех и вызвал сильный резонанс со стороны женских журналов, которые получали регулярные отклики телезрителей. На протяжении всего своего существования этот сериал находился в центре конфликтов и переговоров между писателями, актерами, продюсером, администрацией телеканала и аудиторией, что возымело очевидный эффект на репрезентации в нем тендерных отношений. В этой борьбе администрация телеканала неизменно имела больший вес в процессах принятия решений на всех уровнях, в частности, при подборе актеров, написании сценария и редактировании сюжетных ходов.

Текстуальный анализ тендера в кино развивается в двух направлениях: контент-анализ и семиотика. В случае *контент-анализа* исследуются такие проблемы, как роли, психологические и физические качества женщин и мужчин, появляющихся в разных жанрах; насилие на экране. Формально контент-анализ определяется как «исследовательская техника объективного, систематического и количественного описания явного содержания коммуникации» [5]. Из этого определения следует, прежде всего, что ученому не позволяется читать между строк, ибо это может привести к необъективности заключения. Контент-анализ осуществляется на документальном или визуальном материале, при этом исследователи формулируют ряд категорий, которые передают проблемы исследования, а затем в соответствии с этими категориями классифицируют содержание текста. Важно наиболее точно определить ключевые понятия, чтобы свести к минимуму погрешности из-за различий в точках зрения ученых. Таким образом получают количественные данные, которые можно подвергать статистической обработке. Типичным выводом контент-анализа кино может быть следующий: появление насилия на экране явно преувеличено по сравнению с реальностью. Типичный вывод феминистского контент-анализа кино: кинопродукция не отражает действительное количество женщин в мире (51%) и их вклад в социальное развитие. Например, в работе Г. Тачман 1978 г. на основе контент-анализа утверждается, что недостаток позитивных женских образов на телевидении ухудшает положение женщин на рынке труда [6].

Семиология или семиотика весьма популярны в современной феминистской кинокритике, поскольку позволяют обнаружить структуры смыслов, а не ограничиваться констатацией присутствия или отсутствия женщин в культурных репрезентациях. Американский философ Ч. Пирс и швейцарский лингвист Ф. де Соссюр заложили основы семиотики, а начиная с работ Р. Барта семиология становится популярным методом исследования различных форм и артефактов популярной культуры от игрушек, причесок и чипсов до кулинарных рецептов, стиральных порошков и автомобиля модели ситроен [7]. Речь идет о том, что практически все можно рассмотреть в качестве знаков, причем некоторые знаки и знаковые системы, например слова, комбинируются в знаковых системах языка или образов, в свою очередь объединенных в знаковых системах искусства, фотографии, фильма, телевидения.

Семиотический анализ кино привлекает качественные методы социальных наук, методы философии и лингвистики, в отличие от контент-анализа, где используются методы количественной социологии. Во всем мире киноведы применяют подход русского фольклориста Владимира Проппа [8], анализируя структуру нарративного кино, в котором, как в народной сказке, идентичность персонажа, характер ландшафта и препятствий менее существенны, чем их функции. В соответствии с этой исследовательской традицией, функция понимается как действие персонажа с точки зрения важности для хода событий. Структура повествования народной сказки сводится к тому, что история начинается с какого-либо повреждения или оскорбления жертвы, потери какого-то важного объекта и заканчивается возмещением за повреждение или приобретением недостающей вещи, Герой, посланный достать пропажу, осуществляет какое-то путешествие, при этом: а) встречает дарителя, который, проверив героя, снабжает его волшебным агентом, позволяющим преодолеть с победой все препятствия, и б) встречается с врагом в решающей схватке или оказывается, перед серией задач, разрешаемых с помощью волшебного дара (агента).

Анализ нарративной структуры фильмов о Джеймсе Бонде, проведенный Умберто Эко [9], показывает, что сюжеты здесь выстроены в секвенцию шагов, соответствующих коду бинарных оппозиций и довольно близких к типическому нарративу В, Проппа: 1) некто появляется и дает задание Бонду; 2) злодей показывается Бонду; 3) Бонд и злодей впервые вступают в борьбу; 4) женщина показывается Бонду; 5) Бонд овладевает женщиной или начинает ее соблазнять; 6) злодей захватывает Бонда (одного или с женщиной); 7) злодей мучает Бонда (одного или с женщиной); 8) Бонд побеждает злодея; 9) Бонд наслаждается женщиной, которую затем теряет. (В инвариантную схему сюжетов о Бонде вполне укладывается и структура «нового русского кино», например, выпущенного в 1997 г. фильма А. Балабанова «Брат».)

С привлечением семиотики можно рассмотреть бинарные оппозиции, вокруг которых строится фабула и разворачивается история, рассказанная в фильме. Так, фильм В. Тодоровского «Страна глухих» (1998) структурирован по взаимодополнительным контрастам: *глухие — слыша-*

щие; женщины — мужчины; слабость, подчинение — сила, власть; море — город; периферия — цивилизация; эмоциональная привязанность — экономический расчет. Эти оппозиции — барьеры между мирами — Слышащих и Глухих, Мужчин и Женщин. В то же время, социальный порядок слышащего мира отражается, как в зеркале, в сообществе глухих [10, с. 260-265].

Структурный анализ применяют и к анализу технологии кинопроизводства. Например, А. Бергер [11] показывает, что коды, присущие языку тела в западной культуре, задают смыслы ракурсов и приемы съемки:

Означающее	Означаемое
Крупный план	Интимность
Большая часть тола	Личные отношения
Удаленная перспектива	Публичное пространство
Тело человека полностью	Социальное отношение
Кадр сверху вниз	Слабость, ничтожность
Кадр снизу вверх	Власть, авторитет

Хороший семиотический анализ обязательно развивается в более широкую культурную критику. Аналитические проблемы, которые решаются в исследовании репрезентаций социального неравенства — это, во-первых, определение, кто допускается, а кто вытесняется на периферию или за пределы социальной приемлемости. Во-вторых, — вопрос о том, каким образом в репрезентациях оформляются тендерные, расовые и иные социальные различия, как очерчиваются границы, как сравниваются между собой и характеризуются группы в отношении друг к другу.* Например, У. Эко [9, р. 91 — 111] в упомянутом исследовании нарративной структуры фильмов о Джеймсе Бонде говорит о необходимости прочитывать и понимать смысл сюжетов, помещая их в специфические социальные практики. Кто представляет оппозицию главному герою, какую функцию выполняет женский персонаж, и каково социальное значение этих определений? В фильмах о Бонде в качестве злодея обычно выступает типаж с атрибутами чужого: он смешанной крови или из другого этнического ареала, асексуален, гомосексуален или еще как-то ненормально сексуален, у него выдающиеся интеллектуальные или организационные качества, позволяющие ему ставить Бонда в трудные ситуации. В соответствии с социальным определением расовых различий, так называемыми «расовыми конвенциями», скорее всего, он не англосаксонец, но представитель Советского Союза, Восточной Европы, еврей, араб. Женщина представляется жертвой, традиционным объектом мужского желания либо одним из злодеев («Золотой Глаз»). В фильме «Брат» функции этнических «других» распределены следующим образом: герою «помогает» российский немец; еврей для него выступают смутным, неопределенным источником неприятностей; «лица кавказской национальности» — девианты и объект контроля.

* См., например [12], [13].

Женщины здесь пребывают на своем традиционном месте: пониженное положение подчеркивается в одном случае принадлежностью к рабочему классу, в другом — к тусовке наркоманов, в третьем — старостью, неведением и одиночеством (мать).

Другой способ демистифицировать кинорепрезентации тендерных и расовых отношений — рассмотреть их тематические определения: в каких поворотах сюжета они возникают, и во имя чего разрешаются связанные с ними проблемы? Например, определение расы в британских масс-медиа 60-х гг. в основном состояло из проблем иммиграции, отношений между черными и белыми, иммиграционного контроля, межгрупповой враждебности и дискриминации [13, р. 271—272]. В фильме А. Балабанова тематические коды национальности и этничности — это лютеранское кладбище, ставшее прибежищем для бомжей и пьяниц; борьба с «кавказцами» за черный рынок не на жизнь, а на смерть; туризм и прожигание жизни иностранцами; «трамвайное хамство» все тех же кавказцев. Все это — символические коды беспорядка и опасности, которые олицетворяются этническими «другими». Безвластные тела женщин появляются, когда разговор заходит о насилии, бедности, безысходности [14, с. 96-108].

Мы рассмотрели два подхода к анализу тендерного дискурса в кинотексте: контент-анализ и семиотику. Выбор того или иного подхода и границы их применимости зависят от формулировки исследовательских задач. Для контент-анализа требуются большие объемы материала, а семиотическое исследование может ограничиться единичным текстом. Семиотика задается вопросом, как создается смысл, а не в чем он состоит. Контент-анализ скорее делает акцент на тех социальных ролях, которые приписываются женщинам в фильме, при этом визуальные функции женских персонажей выступают декоративным элементом. Для семиотики «женщины» оказываются властным означающим практически всего между добродетелью и пороком, желанием и страхом [15, р. 85—86].

Знаменательным событием для культурных, феминистских и киноисследований стала в 1971 г. переориентация журнала «Screen» («Экран») на новые французские теории, в частности, структурную лингвистику Ролана Барта и психоанализ Жака Лакана. Отсюда появился термин *screen theory*, относящийся к теориям киноведения этого направления. *Психоаналитический подход* в феминистской кинокритике, или *screen theory*, утверждает, в частности, что «нарративная и символическая проблема установления различий между полами является первичной движущей силой классического голливудского кинематографа» [16, р. 3]. Такой подход многим обязан статье Лоры Мэлви «Визуальное удовольствие и нарративное кино» (17, р. 14—26) — наиболее часто перепечатаваемая работа в учебниках и хрестоматиях по киноведению с момента первой публикации в 1975 г. и в течение последующих

• Термин *скрин-теория* содержит еще и намек на идею З. Фрейда о том, что память-скрин скрывает от человека доступ к собственно памяти. Иными словами, экран — это не только объект для проекции фильма, он еще и экранирует, делая зрителя объектом кино-взгляда.

пятнадцати лет. Этот «основополагающий документ психоаналитической феминистской теории кино» был настолько влиятелен в 1970-х и 1980-х гг., что тогда практически не было феминистской кинокритики, которая не была бы психоаналитической [15, р. 88]. Влияние подхода, предложенного Мэлви, распространялось на исследования кино, телевидения, рекламы и других форм визуальной культуры. Хотя эта статья Мэлви отчасти утратила сегодня свою важность, сформулированные в ней концепции вуайеристского удовольствия, конструкции женщины как зрелища и тендерного измерения пристального взгляда по-прежнему обладают аналитической ценностью.'

Почему и каким образом психоанализ как теория, чьей базовой посылкой является заявление, что суть женщины — в ее кастрированности и зависти к пенису (З. Фрейд) или в ее (женщины) отсутствии (Ж. Лакан), вдруг оказалась в центре феминистских теоретических построений? Особую роль здесь сыграл тот фактор, что Лакан, кардинально пересмотрев традиционную теорию фрейдизма с позиций лингвистики и семиотики, отождествил бессознательное со структурой языка и продемонстрировал относительную независимость означающего от означаемого, почему его и считают предшественником постструктурализма [19, с. 59 — 72]. Лакан в известной мере дебиологизировал учение Фрейда, переведя его в символический план, в проявления культуры, в первую очередь языка, оказав столь значительное влияние на современную теорию искусства, в том числе и на феминистскую критику кинорепрезентаций.

Мэлви исходит из психоаналитических воззрений Фрейда и Лакана, исследуя те удовольствия, которые получает зритель классического голливудского кино: «скопофилию» и «нарциссистскую идентификацию». В психоанализе скопофилия определяется как форма удовлетворения полового инстинкта посредством «смотрения», рассматривания, взгляда на других людей, осознанный и концентрированный способ удовлетворения, напрямую не связанный с эрогенными зонами. Крайние случаи скопофилии выражаются в формах навязчивого вуайеризма, когда человек получает удовольствие, подглядывая в замочную скважину. Сидя в затемненной аудитории кинематографа, отделенные от других зрителей кинозала и открытые миру визуальной фантазии, который разворачивается независимо от нас, мы удовлетворяем общечеловеческое вуайеристское желание и получаем скопофилическое удовольствие: «Хотя фильм уже показывали и еще будут показывать, условия его просмотра и нарративные конвенции дают зрителю иллюзию заглядывания в [чужой] частный мир» [17, р. 17]."

Кино также удовлетворяет нарциссистскую человеческую потребность идентификации с другими, в данном случае с кем-либо или чем-либо на экране. Существенным в этом рассуждении является следующее. С одной стороны, фильм рассчитан на то, что зрители идентифицируют себя

• См. последующие работы Л. Мэлви, например (18).

" Здесь и далее страницы указываются по переизданию статьи 1989 г.

с тем или иным персонажем, его логикой, чтобы зрителю было все понятно, и он мог сказать об экранном действе: «совсем как в жизни!». Это логика процесса создания кино. Вторая сторона медали заключается в стремлении самого зрителя «представить себя в чужой роли», и как раз на психодинамике, возникающей между этими двумя процессами, и строится феномен нарративного кино. Феминистская кинокритика задается вопросами, каков выбор идентификационных моделей, что лежит в основе выбора, наконец, каким образом через выбор этих моделей кино управляет нашим желанием идентификационного трансвестизма.

Мэлви утверждает, что идентификация, ставшая возможной благодаря кино, задействует механизмы формирования идентичности на «стадии зеркала» в детском возрасте. Воображаемое, Символическое и Реальное, по Лакану, — три ступени развития ребенка и одновременно три психические инстанции эго взрослого человека. Однажды ребенок начинает распознавать себя в зеркале, но воображает, что тот, кто в зеркале — более совершенный и сильный. Иными словами, в этот момент развития ребенок воспринимает себя уже не как воображаемого, слитного с самим собой (самотождественное Я), но как унитарное целое согласно истине символического порядка, о которой он узнает из подсказки родителей. В нем начинают укореняться законы языка и общества, правила и нормы эго отца. Так же, идентифицируя себя с сильным и красивым экранным персонажем, зритель получает ощущения собственного могущества, в то же время теряя связь с действительностью, забывая время, место и самого себя.

Однако кино — это не только фантазии и желания, этот мир обусловлен породившей его социальной реальностью. Мэлви отталкивается от патриархатного определения «смотреть» как мужской активности и «быть той, на кого смотрят», как женской пассивности. Поэтому в классическом нарративном голливудском кино женщины одновременно функционируют как эротические объекты для мужской аудитории, которая получает скопофилическое удовольствие от их присутствия, и как эротические объекты для мужских героев, с которыми может себя идентифицировать мужская аудитория. Третьим и решающим зрителем, помимо мужского героя и мужской аудитории, является кинокамера, которая посредством выбора определенных ракурса и последовательности кадров предоставляет возможность двойного удовольствия от скопофилии и идентификации. Кинокамера позволяет мужской аудитории смотреть глазами мужского героя, «быть им» и «смотреть на нее», одновременно идентифицируя себя и объективируя женщину на экране. Тем самым, посредством кинематографического представления женщин как объектов мужского пристального взгляда разрешается конфликт между тем, что Фрейд называл либидо (в данной трактовке — скопофилия) и эго (здесь — идентификация).

Мэлви утверждает, что в кино, как и в любом зрелище, женщина представляет собой объект наблюдения, но такая женщина возбуждает не только удовольствие, но и страх, ибо воплощает в себе угрозу для мужчины. Эта позиция основана на психоаналитическом аргументе, свя-

зывающем страхе кастрации с самосознанием мальчика при виде тела матери, у которой отсутствует пенис. Поэтому репрезентации женщин могут представлять угрозу для наблюдателя: «женщина как икона, выставленная для обозрения и наслаждения мужчин, активных контролеров взгляда, всегда угрожает возбудить страх, который означала когда-то». С этим страхом можно совладать, пишет Аннет Кун, если превратить женщину в фетиш. Это достигается путем идеализации женского образа [20, р. 59]. Контрастные, выразительные цвета, яркие костюмы, макияж используются как подарочная обертка, чтобы «упаковать» женщин, чьи красивые тела оказываются тем самым под контролем пристального взгляда мужского персонажа и зрителя. Женская идентичность в таком фильме является производной от мужской, вернее, от мужского определения женственности и красоты.

Статья Мэлви стала частью политического проекта, нацеленного на разрушение тендерных удовольствий типичного голливудского кино. Мэлви продолжила этот проект, создав авангардистские фильмы вместе с Питером Уолленом, в которых она проиллюстрировала вопросы, поднятые в статье, и радикально отказалась применять такие традиционные приемы кино съемки, ракурсы, движения кинокамеры и режиссуру кадра, которые способствуют удовлетворению либидозных и эго-инстинктов в мейнстриме нарративного кино. Хотя ее фильмы имеют неоспоримую образовательную ценность, авангардистский проект Мэлви подвергался критике со стороны феминистских и нефеминистских авторов за элитарность и маргинальность, за отрицание какого бы то ни было удовольствия от просмотра.

Возможно ли создать такой женский персонаж, с которым идентифицировала бы себя женская часть аудитории? Обычная судьба женщины в современном обществе, причем как в популярной, так и «высокой» культуре, — быть той, на кого смотрят, а привилегия смотреть, по словам Лисбет ван Зунен, сохраняется за мужчиной [15, р. 87]. Даже если женщины смотрят, то не своими собственными глазами. Глядя на себя в зеркало или листая иллюстрированный журнал, мы как бы примеряем канон, сделанный другими, превращаясь тем самым в объект созерцания: вид. Этот канон включает предписания культурной индустрии выглядеть особым образом, быть «красивыми» и стройными, чтобы предоставлять другим (мужчинам) удовольствие от наблюдения за нами, а также политические, экономические и идеологические требования к выбору карьеры, сексуальной ориентации и семейных форм. Получается, что зеркало, в которое мы смотримся, изготовлено из мнений большинства, во главе которого — стереотипные представления о нормальности, о социальных ролях женщин и мужчин, формах их взаимоотношений.

Каким образом перевернуть этот процесс, чтобы женщина на экране и в кинозале получала удовольствие, разглядывая мужской персонаж? Для Мэлви в середине 1970-х гг. оказалось затруднительным отыскать примеры таких фильмов. Дело в том, что нарративные конвенции классического голливудского кино, значимые и сегодня, конструируют мужского героя как активного агента, раскручивающего историю. Его дей-

ствия заводят все повествование, а поскольку камера принимает его точку зрения даже в буквальном смысле, ведь съемки ведутся с уровня глаз мужского персонажа, ему также предоставляется власть смотрения. И хотя Мэлви напрямую не рассматривает вопрос женского удовольствия, аргумент ее статьи ясен: в патриархальной культуре перевертывание структуры смотрения — предоставление возможности для женской скопофилии и идентификации — оказывается невозможным. Кинематографическая практика напрямую связана с патриархатом: «фильм отражает, обнажает и даже играет на нормальной социальной установленной интерпретации полового различия, которая контролирует образы, эротические способы смотрения и зрелища» [17, р. 14]. В дальнейших психоаналитических работах феминистских кинокритиков теория становилась более изощренной, в связи с ростом форм популярной культуры, представляющих мужское тело в таких фильмах, как «Американский Жиголо» и рекламе, появлялись новые аргументы, и вопрос гетеросексуального женского вуайеризма получал все большее освещение.

Современный кинодискурс различает для нас, зрителей, насильственную и агрессивную роковую женщину (*femme fatale*) и нормальную, благоразумную «фемину». Эта «нормальная» феминная фигура — «невинная маленькая блондинка» — представлена как культурно-известная, знакомая, удобная другая. Ее точка зрения определяется как стабильная, правильная, приравненная к патриархатной логике «женщина — друг человека». Она контрастирует со стереотипическим имиджем сексуально соблазнительной, эротической, опасной и насильственной *femme fatale* [21, р. 141 — 142]. Роковая женщина (например, мачеха в «Золушке») обладает властью, она — симптом «мужских страхов феминизма», ибо воплощает угрозу кастрации. В современных так называемых «вуайеристских» фильмах о следователях, журналистах, туристах и психиатрах, характеристики такой дивы часто приобретает женский персонаж, чья профессиональная задача — наблюдать за частной жизнью других. Обычно действия вуайеристской *femme fatale* в голливудском кино направлены против другой женщины — злодейки. Говоря словами Нормана Дензина, «наделенная властью смотреть, женщина спускает с привязи взгляд, который разрушает социальный порядок, стирая границы между мужским и женским», нормой и идеалом, следователем, предателем и жертвой [21, р. 140]. В этом смысле женская сексуальность представляет угрозу существующему социальному (и сексуальному) порядку, установившиеся в обществе властные отношения. Некоторые интересные феминистские исследования «монструозной фемины» [22] могут быть прочитаны в терминах проекта Иригари по конструированию менее монофаллической культуры, которая должна подпитывать и поддерживать более богатую женскую образность [23, р. 80].

Вопросы мужского и женского удовольствия, проблемы зрелища и зрительской аудитории (*spectatorship*) обсуждаются не только в рамках психоаналитического подхода. Есть целый ряд исследований, посвященных тому, каким способом нарративные и визуальные средства допуска-

ют разные «прочтения» текстов. Различия и сам факт этих «прочтений» зависят от конкретных характеристик и рассматриваемых контекстов, а не психоаналитической драмы, вписанной в текст. Остановимся кратко на двух наиболее известных работах этого направления. Анализ фильма «Агентельмен предпочитает блондинок» был осуществлен Люси Арбэтнот и Гэйл Сенека [24, р. 112—126]. Этот голливудский фильм 1953 г. с Мэрилин Монро и Джейн Рассел, играющих шоу-девушек, по мнению Арбэтнот и Сенека, может быть рассмотрен как феминистский текст. Главные персонажи — сильные независимые женщины, которые сопротивляются мужской объективации и демонстрируют женскую дружбу и любовь. Монро и Рассел конструируются как объекты мужского взгляда, но в поисках подходящего мужа постоянно как бы возвращают этот взгляд. В этом фильме отчетливо прослеживается постоянная напряженная связь между романтическим текстом и феминистским «подтекстом».

Другая важная работа написана Джеки Стэйси [25, р. 365 — 380], которая провела анализ фильма «Отчаянно нуждаюсь в Сьюзан» (1984, в главной роли Мадонна как объект любопытства и страстного желания пригородной домохозяйки). По мнению Стэйси, в традиционной психоаналитической теории киноведения невозможно объяснить или передать то восхищение, которые выражают друг к другу героини фильма. Этот фильм — не о половых различиях, а о различиях между женщинами. Нарративные и визуальные коды этого фильма не прочитываются исключительно в аспектах нарциссистской идентификации или эротического желания героинь. Речь о более важном желании, лежащем в центре истории и привлекающем женскую аудиторию: узнать о других женщинах и стать — в случае героини фильма Роберты — идеальной феминной дружкой.

В отличие от Мэлви и ее последователей, анализирующих мужскую зрительскую позицию, предписанную традиционным нарративным кино и рассчитанную на мужскую аудиторию, новый подход в анализе фильмов обсуждает удовольствия, предлагаемые нарративными и визуальными кинематографическими текстами зрительницам. Такое развитие аналитических подходов привело к переориентации исследований от «текстуальных» аудиторий (позиции аудитории, предписанные текстом) к *анализу реальных аудиторий*. Стали заметными ограничения контент-анализа, семиотического и психоаналитического подходов, содержащиеся в них противоречия между текстуальным фокусом феминистского анализа и интересом современных авторов к культурным и политическим смыслам кино. Оказалось, что даже весьма сильное утверждение о культурном и политическом смысле содержания медиа трудно доказать на основе лишь текстуального анализа: «если мы озабочены смыслами и значением популярной культуры в современном обществе, тем, как культурные формы работают идеологически или политически, тогда нам нужно понять культурные продукты (или «тексты») так, как они понимаются аудиторией» [26] (курсив — авт.).

В самом деле, именно аудитории оказываются в центре современных феминистских проектов исследования кино и масс-медиа. Однако

и здесь существует несколько моделей объяснения. Некоторые феминистские исследования обвиняют кино в поддержании стереотипов половых ролей, предполагая, что аудитории попадают под влияние его сексистского содержания. Другие доказывают, что фильмы, телепрограммы и порнографические медиа, в частности, побуждают мужчин на агрессивные и насильственные акты против женщин. Третьи используют логику психоанализа и теории идеологии, утверждая, что кино и средства массовой информации способствуют распространению в обществе и широкому признанию доминантной идеологии. В типичном исследовательском проекте эти рассуждения будут дополнены текстуальным анализом «половых ролей», «сексистской конструкции феминности», теоретическими предположениями о реакции аудитории и зрительской интерпретации текста.

Такой анализ оставляет без ответа вопрос о том, почему такие культурные формы, как женские магазины и романы, мыльные оперы так популярны среди женщин? В некоторых работах показано, что доминантная идеология, выраженная в кино и масс-медиа, удерживает женщин в подчиненной позиции, поэтому следует разоблачить идеологии популярной культуры и освободить женщин от пагубного пристрастия к этой продукции. В самом деле, художественные репрезентации вносят существенный вклад в образное определение социального порядка; кинокамера может вскрывать, ставить под сомнение догмы «здравого смысла» или быть фиксатором стереотипов. Тем не менее такой подход очевидно не принимает всерьез пристрастия и удовольствия аудитории и ставит феминизм в позицию всезнающего учителя, который учит женщин, что для них хуже, а что лучше.

Сегодня происходит фундаментальный сдвиг в феминистских исследованиях в целом, это переход от детерминистских объяснений женской подчиненности масс-медиа к анализу процессов символизации и репрезентации. В феминистских исследованиях медиа и кино парадигмальный поворот в сторону постструктурализма вызвал новые вопросы, которые могут быть заданы лишь аудитории. Это направление разрабатывается в таких исследовательских проектах, как анализ рецепции, качественные исследования киноаудиторий, критические исследования аудитории, этнографии аудиторий и медиа, интерпретативные исследования медиа.* Лисбет ван Зунен считает самым общим среди этих наименований термин «анализ рецепции» и объясняет его следующим образом: взаимодействие аудиторий с кино- или медиатекстом социально обусловлено, «заякорено» на существующие в контексте установки, причем в этом взаимодействии центральными являются процессы использования, договоренностей, интерпретации и приспособления. Поэтому аудиторию следует понимать не просто как пассивно принимающих информацию потребителя, но как производителя смыслов [15, р. 108]. Многим из подобных проектов еще предстоит состояться. Пока сохраняется дефицит исследований того, как девочки и женщины рассказывают о своем зри-

См., например [27].

тельском опыте, как они абсорбируют визуальные образы, и как это влияет на их жизненные стратегии и повседневные культурные практики [23, р. 80]. До сих пор не появились публикации о кино и средствах массовой информации, сравнимые с этнографическим исследованием Дженнис Рэдвей [28] читательниц женских романов.

И все же можно с уверенностью утверждать, вслед за Мишель Барретт [29], что феминизм поворачивается к «культуре» в последнее десятилетие, двигаясь от моделей социальной структуры (капитализм, патриархат), объясняющих современные тендерные отношения, к вопросам смысла, сексуальности и политического действия. Иными словами, фокус сдвигается от анализа экономических и социальных структур к тем способам и тактикам, которыми люди вовлекаются в отношения с этими структурами, формулируют для себя их смысл, адаптируются к ним и пытаются извратить их. Главным аспектом современной культурной и феминистской теории становится повседневная жизнь, где происходит конкретная артикуляция социальных структур. Например, Белл Хукс [30] в своих работах показывает, как гегемонические нормы и ценности, выраженные популярной культурой, могут оговариваться и адаптироваться обычными людьми в повседневности. Производство смысла здесь понимается в его повседневном контексте, который в свою очередь помещен внутрь социальных и властных отношений, определяющих возможность аудитории «создавать смысл» [15, р. 108].

В этих исследованиях решаются вопросы интерпретации и опыта конкретных женских и мужских аудиторий, в частности, на материале таких «женских жанров», как мыльные оперы и мелодрамы. Некоторые ученые проводят включенные наблюдения, другие применяют метод опроса, как, например, в работах Дж. Стейси [31] о женском зрительстве, Иен Энг [32], Дороти Хобсон [33] об аудиториях мыльных опер и телесериалов. Энг в своей статье о женских удовольствиях от мыльных опер доказывает, что женские вымышленные персонажи функционируют здесь как «текстуальные конструкции возможных модусов феминности». В бесконечном процессе феминизации — конструировании подходящей женской идентичности — такие вымышленные модусы феминности представляют возможность примерить на себя разные субъектности без всякого риска быть вовлеченной в реальную жизнь.

Напомним, что тезис Мэлви состоял в том, что связь между зрителем, экранном образом, нарративной структурой и скопической организацией «классического голливудского кинематографа» позиционирует зрителя как маскулинного субъекта, а экранных женщин как пассивных объектов хищного маскулинного пристального взгляда. В этом и других вариантах текстуального анализа (характерного для *screen theory*) игнорируется вопрос о реальном зрителе, который может принимать, отвергать или репозиционировать себя в отношении текста. Анализ, который начинается и заканчивается лишь кинотекстом, уязвим, поскольку заключает в скобки или игнорирует условия и контексты производства и восприятия этого произведения [20, р. 79].

По словам Терезы де Лауретис,* «одной из самых интересных областей современной теоретической работы в film и visual studies является вопрос об отношении приватной фантазии к публичной; иначе говоря, каким образом зрительская субъективность и социополовая идентичность определяется тем все растущим завалом кино-, теле-, компьютерных и т.п. образов, что наводняют повседневную жизнь Северной Америки» [36, с. 135]. Подход де Лауретис дает хорошую альтернативу психоаналитически информированного, но не психоаналитического взгляда на работу камеры, соединяя семиотику и феминизм для того, чтобы продемонстрировать, как тендерные идеологии оформляют продукцию кинематографа (фильмы) и оформляют процесс (технологии кинорепрезентации). Отправная точка зрения Терезы де Лауретис состоит в том, что тендерная субъективность конструируется языком и репрезентациями, или культурными практиками, и что только таким образом мир имеет для нас значение. При этом происходит взаимный процесс: коды культуры и социальные обстоятельства определяют символические роли, смысловые позиции человека, а индивид перерабатывает эти позиции в личную, субъективную конструкцию. Любая социальная технология — кино, например, — представляет собой семиотический, материальный аппарат и одновременно означающую практику, в которую втягивается, где конструируется, но не исчерпывается субъект.

Отличия процессов конструирования мужчин и женщин посредством кино, согласно де Лауретис, является решающей проблемой, на которую должна выходить семиотика кино [37, р. 14—15]. В книге «Технологии тендера» (1987) де Лауретис доказывает, что «тендер — не простая производная от анатомо-биологического пола, но социальная конструкция, репрезентация или скорее составной эффект дискурсивных и визуальных репрезентаций», которые, следуя Фуко, она рассматривала «как продукт различных общественных институций: не только семьи, системы образования, масс-медиа, медицины или права, но также — что менее очевидно — языка, искусства, литературы, кино и научной теории». Под технологией тендера де Лауретис подразумевает процесс принятия, отождествления, идентификации с диспозициями и эффектами значений, определенными тендерной системой данного общества, процесс, в который интерактивным образом вовлекается и «ген(д)ерируется» субъект [36, с. 136- 137].

Поскольку отправитель и получатель текста не всегда используют один и тот же код, чтобы шифровать и читать сообщение, становится возможным зазор между авторским видением и зрительским восприятием фильма, происходит его интерпретация и переинтерпретация. Опубликованная книга, выпущенный в прокат фильм начинают свою собственную жизнь в качестве текста культуры. Поэтому имеет смысл говорить не только о различиях в понимании смысла текста автором и аудиториями,

* Для американского киноведения Тереза де Лауретис сыграла ту же роль, что и Лора Мэлви в Британии. На творчество де Лоретис значительное влияние оказала семиотика кино Ю.М. Лотмана (см. напр. (34), [35]).

но и об эффекте взаимовлияний текста и контекста социальных, экономических, политических и культурных условий производства фильма, его распространения и восприятия. Тем самым предметная область феминистской кинокритики простирается за пределы текста, до отношений фильма и зрителя в контексте культуры.

Кун называет такой контекстуальный подход, основанный на семиотике и феминистском психоанализе, «делать видимым невидимое (Making Visible the Invisible)». Это феминистское прочтение фильма, которое выявляет способы конструирования «женщин» в кинообразах или нарративной структуре, помещая сюжет в конкретные социальные практики властных отношений, учитывая условия производства фильма и более широкий социальный контекст. В этот процесс включены, например, отношения между способами производства фильма и формой его текстуальных структур. Исследования кино могут фокусироваться на текстах фильмов или на их социально-исторических, культурных контекстах, но в идеальном случае должны быть нацелены на выявление связи между ними. Впрочем, понятие контекста может различаться от политических, экономических условий до зрительских пристрастий, стилистических особенностей аудитории [20, р. 71].

Так, в нашем прочтении фильма В. Тодоровского «Страна глухих» [10] контекстом являются социальные и культурные определения глухоты и тендерных отношений. Понятия слышащего и глухого, высокого и низкого, мужского и женского относятся не только к характеристикам физического тела. Они связаны с социальным определением пространства: если одно в центре, то другое — на периферии, с краю. Глухие как раз и выступают такими маргиналами, экзотами, Низкими-Другими, о которых Слышащие создают мифы, призванные подпирать их собственный культурный статус и оправдывать властные амбиции. В центре этих мифов — определение маргинального как находящегося на «краю цивилизации» [38]. Быть «на краю» подразумевает исключение из «центра». Но, как указывает Роб Шилдс, социальные, политические, экономические отношения, которые привязывают периферию к центру, удерживают их вместе в сериях бинарных связей, не допускают их полное разъединение. Таким образом «края» становятся означающими всего того, что отрицают или репрессируют «центры»; края как «Другое», становятся условием возможности всех социальных и культурных целостностей. По этой причине то, что обыденно на периферии, так часто символически важно в центре. Низкое-Другое отвергается на всех уровнях социальной организации, но в то же время является инструментальной составляющей образных репертуаров доминантной культуры [39, р. 276]. По словам режиссера, образ глухих использовался для экзотики. В самом деле, ход нетривиален, и этот образ работает по аналогии с «чужаком», иностранцем. Таинственный мир глухих, который находится где-то рядом с нами, но о котором нам практически ничего не известно, открывает прекрасную возможность увлекательного антропологического кино-туризма. Однако еще до того как отправиться в это путешествие с видеокассетой или билетом в руках, зритель участвует в производстве кинодискурса.

Процесс, где одновременно участвуют институты масс-медиа, текст и аудитория, в социологии именуется «культурным соглашением» [40, р. 64 — 79]. Имеется в виду, что кодирование информации знаками и художественными образами происходит в соответствии с системой смыслов и ценностей, характерных для данной культуры, повседневных символических взаимодействий между людьми, группами и субкультурами. Смысл кинообраза, таким образом, всегда будет продуктом диалога между устойчивой структурой художественного повествования и читателем, находящимся в определенной социальной позиции и уже усвоившим соответствующие эстетические и культурные коды [41, с. 18]. Важнейший компонент культуры, позволяющий достигать «культурных соглашений» на уровне современных мифов и идеологий, — это тендерные отношения. Однако никакой готовый набор значений невозможно вложить в текст так, чтобы он стал фиксированным и означал одно и то же для разных поколений и субкультур зрительских аудиторий. Это относится к прочтению текста с точки зрения репрезентации в нем тендерных отношений: ведь любой текст сам по себе уже есть отношение, поскольку создается не столько в момент его производства, сколько в момент восприятия (20, р. 13). Вопрос о том, можно ли управлять восприятием текста, приобретает политическую важность и выходит на широкую область социальных и культурных реалий — вкусов, стилей, предпочтений, ценностей той или иной части населения, которой адресовано сообщение. Здесь пересекаются смысловые коды многих и многих текстов, в том числе масс-медиа, кино, литературы. Сюда же примыкают культурные традиции, закрепившиеся в языковых и социальных практиках и превратившиеся в неосознаваемый и неоспоримый «здравый смысл».

Важнейший компонент культуры, позволяющий достигать «культурных соглашений» на уровне современных мифов и идеологий, — это тендерные отношения. Например, образы «глухая женщина», «глухой мужчина» находятся в связи с существующим в реальности миром глухих, а также с реальными отношениями мужчин и женщин. В основе этой связи — легко распознаваемый код традиционных тендерных ролей, и это именно то, что ожидается от женщин и мужчин в культуре большинства. Мужчины получают удовольствие, смотря на женщин (танцовщиц, натурщиц, проституток), женщины стремятся быть красивыми, чтобы на них смотрели. Мужчины соревнуются за обладание женщинами, женщины отождествляются с товаром, а отношения тех и других — с экономическим обменом. Знаки комбинируются таким образом, что они сообщают образу глухой стриптизерки связь с мифом о «роковой женщине», а образу глухого мужчины — с «добрым бандитом».

В свою очередь, глухота — это не только понятие языка, но и культурное понятие.* И мир глухих оказывается социальной «периферией», необходимой «центру» для поддержания собственного статуса. Так рождается серия амбивалентных репрезентаций и двусмысленных отношений к Низкому или Маргинальному. Тендерные отношения в общине

• См. [42, р. 172-174)

глухих воспроизводят тот же паттерн неравенства, как и у большинства слышащих. Тем самым образ глухих высвечивает структуру традиционных отношений власти, которая в субкультуре Маргинальных-Других остается той же, что и в «нашем» мире. Приключения героини фильма Риты в беззвучном Зазеркалье (на картину падает отблеск сказочной истории Льюиса Кэрролла) помогают ей понять безответственность и неадекватность «реального» мира. Подруга проводит героиню через *rites de passage* в новое состояние, которое можно было бы назвать эмансипированной, или освобожденной женственностью. Шумный мир города кодирует систему ценностей, которая разрушает отношения любви и заботы. В. Тодоровский кодирует эмансипацию как свободу от слуха, глухоту. Кинематографическое ниспровержение мужского начала расшатывает незыблемый порядок, который обычно служит для того, чтобы держать женщин на их соответствующем месте, с правильной стороны замочной скважины.

Насколько удастся это разоблачение авторам фильма и его зрителям? При желании фильм можно представить как текст, исследующий противоречия — как личные, так и социальные, — поскольку в нем показаны некоторые культурные черты маргиналий и поднимается вопрос, возможно ли женщине в современной России избежать мужских правил игры — консыомеризации и социального исключения. В нем нет ответа на этот вопрос, как нет у сюжета его классического завершения, развязки. Здесь есть, пожалуй, начало дальнейшего движения. Эта открытость, незавершенность отличает картину от текстов многих новых русских кино, законченных, фиксированных в своей тенденциозности. «Страна глухих», хотя и не проговаривает феминистские вопросы напрямую, может быть при желании прочитана как работа оппозиционного характера. Однако, хотя в «сообщении» и заложено оппозиционное содержание, этот фильм представляет собой образец культурной практики, действующей в рамках культурно доминантных способов репрезентации. Дело в том, что восприятием фильма во многом управляют заложенные в нем сексистские стереотипы, которые практически заглушают довольно сильную идею символизации глухоты как освобождения. «Страна глухих» основана на такой форме сигнификации, где используются уже имеющиеся в культуре смыслы глухоты и тендерных отношений, и подразумевается, что зритель уже сформирован к моменту восприятия текста. Схожесть с существующими кинематографическими репрезентациями женщин — сексистскими и стереотипными — структурирует зрительское восприятие в привычных категориях доминантной идеологии феминности.

Феминизм и культурные исследования неслучайно так тесно связаны в исследованиях кино, масс-медиа, литературы. Культурные практики, репрезентации являются важнейшей темой феминистских дискуссий именно потому, что сегодня властные отношения, связанные с порнографией, абортами, мужским насилием, технологиями и наукой, становятся все более заметными. Причем эти властные отношения проявляются не только как социальные институты и практики, но и как

символические смыслы, формы идентичности и глубоко укорененные ценностные системы [43, р. 11]. Феминистское киноведение, во многом опираясь на традиции культурных исследований, привлекает идеи марксизма и левой политики, обращаясь к опыту прогрессивных политических движений и артикулируя проблемы вне академического мира, способствуя лучшему пониманию отношений власти и неравенства. В ряде феминистских исследований последних десятилетий дебаты ведутся о «политиках исключения» и эмансипации женщин, в частности, на материале популярных жанров кино и масс-медиа (мыльная опера и мелодрама, женские журналы и любовные романы). Глубокие и сложные отношения феминистских исследований с постструктурализмом и постмодернизмом способствовали переосмыслению отношений образования, академического знания и политики в аналитических работах о кино и масс-медиа. Задача феминистских исследований кино, конечно же, не только разоблачать сексистское изображение женщин, но способствовать лучшему пониманию и переосмыслению отношений между тендером, властью и кинематографом.

Литература

1. Lauretis T. de. *Technologies of Gender: Essays on Theory, Film, and Fiction*. Macmillan Press, 1987.
2. Miller J. *Women and Their Sexuality in the New Film*. London: Davis-Poynter, 1973.
3. Kuhn J. *The Power of the Image. Essays on Representations and Sexualities*. London; N. Y.: Routledge and Kegan Paul, 1985.
4. D'Acci J. *The case of Cagney and Lacey // Women and Television / Eds. H. Baehr, G. Dyer*. London: Pandora, 1987.
5. Berelson B. *Content Analysis in Communication Research*. Glencoe, IL: Free Press, 1952.
6. Tuchman G. *Hearth and Home: Images of Women and the Media*. N. Y.: Oxford University Press, 1978.
7. Barthes R. *Mythologies*. Paris: Editions du Seuil, 1957. (English translation, Paladin Books, 1973; русский перевод Барт Р. Мифологии. М.: Изд-во им. Сабашниковых, 1996).
8. Пропп В.Я. *Исторические корни волшебной сказки*. Л.: Изд-во ЛГУ, 1986.
9. Eco U. *Narrative Structure in Fliming // The Bond Affair / Eds. E. del Buono, U. Eco*. London: Macdonald, 1966.
10. Ярская-Смирнова Е.Р. Мужчины и женщины в стране глухих: Анализ кинорепрезентации // *Тендерные исследования*. 1999. № 2.
11. Berger A. *Media Analysis Techniques*. Beverly Hills, CA: Sage, 1982.
12. См. напр : *Racism, Ethnicity and the Media / Ed. by A. Jakubovicz*. StLeonard: Allen and Unwin, 1994.
13. Woollacott J. *Messages and Meanings // Culture, Society and the Media / Eds. M. Gurevitch, T. Bennett, J. Curran, J. Woollacott*. London; N. Y.: Routledge, 1986.
14. Романов П.В., Ярская-Смирнова Е.Р. Три цвета в инсталляции плюрализма: Анализ кинорепрезентации социального неравенства // *Кому принадлежит культура?: Общественные науки и перспективы исследований социокультурных перемен*. Ч. 1. Казань: Терра-консалтинг, 1999.
15. Zoonen L. van. *Feminist Media Studies*. London: Sage, 1996.
16. *Feminism and Film Theory / Ed. by C. Penley*. N. Y; London; Routledge and BFI Publishing, 1988.
17. Mulvey L. *Visual Pleasure and Narrative Cinema // Visual and Other Pleasures*. Houndmills: Macmillan, 1989. (First published in *Screen*. 1975. Vol. 16. № 3].

18. Mulvey L. *Fetishism and curiosity: Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press and BFI Publishing, 1996.*
19. Ильин И.И. *Постмодернизм от истоков до конца столетия. М.: Интрада, 1998.*
20. Kuhn A. *Women's Pictures: Feminism and Cinema. London; N. Y.: Verso, 1994.*
21. Dcnzin N.K. *The Cinematic Society: The Voyeur's Gaze. London. Thousand Oaks, New Dehli: Sage, 1995.*
22. Creed B *The Monstrous Feminine: Film, Feminism and Psychoanalysis. London: Routledge, 1993.*
23. Andermahr S, Lovell T., Walkowitz C. *A Concise Glossary of Feminist Theory. London: Arnold, 1997.*
24. Arbuthnot L., Seneca G. *Pretext and Text in Gentlemen Prefer Blondes // Issues in Feminist Film Criticism / Ed. P. Erens. Bloomington, IN: Indiana State University, 1990.*
25. Stacey J. *Desperately Seeking Difference // Issues in Feminist Film Criticism / Ed. P. Erens. Bloomington, IN: Indiana State University, 1990.*
26. Lewis J. *Ideological Octopus: an Exploration of TV and Its Audience. London: Routledge, 1991.*
27. Moores S. *Interpreting Audiences: The Ethnography of Media Consumption. London: Sage, 1993.*
28. Radway J. *Reading the Romance: Women, Patriarchy and Popular Culture. Chapel Hill: University of North Carolina Press, 1984.*
29. Barrett M. *Words and Things: Materialism and Method in Contemporary Feminist Analysis // Destabilizing Theory: Contemporary Feminist Debates / Eds. M. Barrett, A. Philips. Cambridge: Polity Press, 1992.*
30. Hooks B. *Yearning: Race, Gender and Cultural Politics. Boston, MA: South End Press, 1990.*
31. Stacey J. *Star-Gazing: Hollywood Cinema and Female Spectatorship. London; N. Y.: Routledge, 1994.*
32. Ang I. *Watchnig Dallas. London: Macmillan, 1991.*
33. Hobson D. *Crossroads: The Drama of a Soap Opera. London: Methuen, 1982.*
34. Лотман Ю.М. *Семiotика кино и проблемы киноэстетики. Таллинн, 1973.*
35. Лотман Ю.М. *Место киноискусства в механизме культуры // Учен. зап. Тартуского ун-та. 1975.*
36. Лауретис Т. де. *Американский Фрейд // Тендерные исследования. 1998 № 1.*
37. Lauretis T, de. *Alice Doesn's: Feminism, Semiotics, Cinema. Bloomington: Indiana University Press, 1984.*
38. Said E. *Orientalism. N. Y.: Vintage Books. 1979.*
39. Schields R. *Places on the Margin: Alternative geographies of modernity. London; N. Y.: Routledge. 1991.*
40. Gledhill C. *Pleasurable Negotiations // Female Spectators: Looking at Film and Television / Eds. E.D. Pribram. London: Verso. 1988.*
41. Ушакин С.Л., Бледнова Л.Г. *Джеймс Бонд как Павка Корчагин // Социологические исследования. 1997. № 12.*
42. Harris J. *The Cultural Meaning of Deafness. Aldershot, Brookfield USA, Hong Kong, Singapore, Sydney: Avebury. 1995.*
43. *Off Centre: Feminism and Cultural Studies / Ed. by S. Franklin, C. Lury, J. Stacey. N. Y.: Harper Collins Academic, 1991.*