

А.А.Зауэр

РЕЧЕВЫЕ ПРАКТИКИ ДИСКРИМИНАЦИИ В ОНЛАЙН-ГАЗЕТЕ «ЛЕНТА.РУ»: ФЕМИНИСТСКИЙ АСПЕКТ

Рейтинговые интернет-СМИ оказывают значительное влияние на формирование или опровержение гендерных предрассудков с помощью множества речевых практик. В статье рассмотрены примеры дискриминационных медийных методик на примере издания «Лента.ру». Проанализированы материалы в период с 31 мая 2017 года по 31 мая 2018 года. Общее количество изученных материалов составило 846 текстов, 82 публикации носят откровенно сексистский характер. На примере заголовков, используемых лексем, популярных речевых оборотов и других составляющих текста представлена гипотеза о том, что интернет-газета намеренно публикует сексистские материалы ради сохранения своего рейтинга. При этом публикация текстов феминистской направленности говорит о ценностном конфликте в редакции. В статье феминистский и сексистский дискурсы продемонстрированы на примере речевых практик.

Ключевые слова: феминизм, сексизм, медиа, речевые практики, дискриминация, Лента.ру, заголовки

В настоящее время крупные русскоязычные онлайн-СМИ, среди которых с уверенностью можно выделить “Meduza”, “LIFE”, «Лента.ру», практически ежедневно обращаются к гендерным вопросам. Так как названные медиа входят в топы популярных сайтов России и Европы, можно говорить об их значительном влиянии на формирование понимания гендерной проблематики у широкой аудитории.

Мы живем в информационном обществе, которое представляет собой «реальность, которую нельзя назвать абсолютно беспроблемной и позитивной» [1]. М.В.Томская замечает: «Человека сегодня окружает не столько реальный, естественный мир, сколько созданная развитием языка, печати, массовых аудиовизуальных средств воспроизведения действительности искусственная информационно-символическая вселенная» [2], в которой, как предупреждает Л.Свитич [3], «влияние средств массовой информации на судьбы мира становится решающим». Особенно сильно влиянию медийной культуры подвергаются дети и подростки, так как их уровень самосознания еще недостаточно сформирован.

В 2018 году, по данным ООН, Россия заняла 49 место в рейтинге гендерного равенства [4], что означает, что уровень давления гендерных стереотипов в стране достаточно высок. От того, для чего и какими методами создаются медиатексты для многомиллионной аудитории (в 2014 году посещаемость «Ленты.ру» составляла не менее 85 млн гостей в месяц [5, 6]), может зависеть качество жизни отдельных граждан.

Кратко рассмотрим понятия «гендер» и гендерный стереотип, а после обратимся к методам освещения феминистской проблематики в интернет-издании «Лента.ру».

Под понятием «гендер» мы понимаем некий социальный конструкт, «совокупность социальных и культурных норм, которые общество предписывает выполнять людям в зависимости от их биологического пола» [7], который может меняться в зависимости от исторических и политических условий. В свою очередь, гендерные стереотипы — это социально сконструированные, устойчивые, схематизированные представления об особенностях психики и поведения мужчин и женщин. С помощью жанров, заголовков, провокационных высказываний и других медийных способов передачи информации СМИ способны влиять на опровержение или укрепление данных стереотипов в обществе.

В период с 31 мая 2017 года по 31 мая 2018 года «Лента.ру» опубликовала 846 текстов, посвященных феминистской проблематике. Методы подачи некоторых из них можно охарактеризовать как провокационные и дискриминационные. В частности, это касается публикаций, связанных с харассментом и скандалом, разразившимся вокруг американского кинопродюсера Харви Вайнштейна. Заголовок «Голливудский синдром: кого из актрис изнасиловали и сделали звездами: игра “Лента.ру”» представляет собой пример дискриминационной практики по отношению к жертвам насилия. Медиатекст оформлен в виде интерактивной игры, участник которой может «кликать» на визуализированные варианты ответа «все в порядке» (имели место домогательства) либо «разбитое сердце» (домогательств не было). Подобный подход демонстрирует недопустимый с точки зрения, как отечественного, так и мировых этических кодексов журналиста подход по отношению к героям и аудитории публикации.

При этом «Лента.ру» не использует метод игнорирования социальных проблем, и выводит их на видимый уровень с помощью таких лексем как «изнасилование», «домогательства», «харассмент», «феминизм», «сексизм». Можно говорить о том, что ранее замалчиваемые в российском обществе проблемы становятся видимыми за счет превращения непопулярной лексики в популярную, в ту, что всегда находится на слуху, в том числе в рейтинговом медиа.

Но наравне с этим издание обращается к методам стереотипной категоризации и сексуальной объективации. За изученный период СМИ опубликовало 82 материала, носящих откровенно объективирующий характер. Например, с помощью таких заголовков, как «Любовники за кулисами. Мэрилин Монро в постели с Мэрил Стрип и двумя мужчинами», «Белла Хадид отметила день рождения без нижнего белья», «Agent Provocateur снял модель в прозрачном белье», «Грудь Алисии Викандер разочаровала фанатов Лары Крофт»,

«В сеть слили интимные снимки фото Алены Водонаевой» и др. «Лента.ру» активно поддерживает миф о красоте (понятие, введенное политическим активистом Н.Вульф), стереотипы о внешности женщины, о представлении о ней как о сексуальном объекте, что в целом можно назвать совокупностью дискриминационных по отношению к женщинам практик.

Примечательно, что в этом случае отсутствует инфоповод. Журналисты обращаются к кричащим заголовкам ради дополнительных просмотров, используя в качестве «приманки» дискриминационную методику подачи информации.

Подобные практики могут проявляться не только в текстах, но и в иллюстрациях, относящихся к структуре статей. В публикациях о женщинах, ставших жертвами порношантажа, журналисты считают своим долгом прикрепить к текстам фото обнаженных или откровенно одетых пострадавших. В этом случае структура медиатекста становится полярной, один компонент исключает по смыслу другой. Пример подобных публикаций: «Дженнифер Лоуренс затравили старыми обнаженными снимками», «Мэра города засудили за репост снимка полуголой подчиненной в леопардовом белье». При этом авторы статей могут добавить в текст дополнительные компоненты — короткое видео, в котором подробно рассказывается о харассменте, как о социальной проблеме, и цитаты жертв преступления, в которых они сообщают о своем морально тяжелом состоянии после случившегося. В итоге смысловой посыл публикации становится запутан, неясен.

Можно говорить о том, что журналисты «Лента.ру» активно используют язык вражды, то есть «дискриминационные, негативистские высказывания, определения, эпитеты», который может выступать как форма сексизма. Н.Автаева [8] замечает, что гендерный аспект языка вражды незаслуженно обойден исследователями, однако широко распространен в журналистике. «Лента.ру» подтверждает данный тезис — в данном издании язык вражды наиболее ярко проявляет себя в заголовках.

Широко распространен и речевой сексизм, то есть «зафиксированные на вербальном уровне асимметрии, направленные против женщин и навязывающие носителям культуры определенную картину мира, в которой женщинам отводится второстепенная роль и приписываются в основном негативные качества» [9]. А.Шилина замечает, что подобного рода практики характерны для некоторых российских гляцевых журналов, например, издания «MAXIM». Можно добавить, что агрессивные проявления речевого сексизма присутствуют и в крупных отечественных интернет-ресурсах, таких как «Лента.ру».

В данном издании речевой сексизм находит себя в новостях, авторских статьях, колонках, эссе, носящих сексистский характер. Например, в новости «Наручники для принцессы» представлены фотографии правонарушительниц, а подводка к тексту гласит: «Наделенные превосходными внешними данными девушки не лишены низменных желаний. Бывают случаи, когда агрессивные на вид мужчины оказываются безобиднее хрупкой блондинки. К примеру, модель Брисса Гарсия оказалась за решеткой после того, как ударила полицейского. Особенно интересно, что при этом она была обнаженной».

Такие лексемы и выражения как «сексуальный», «хрупкая блондинка», «обнаженная», «привлекательная», «низменные желания» не только привлекают внимание читателей, но и подкрепляют уже существующие в традиционном российском обществе патриархатные гендерные стереотипы.

При этом предполагается, что с помощью агрессивных, дискриминационных методов «Лента.ру» пытается удержаться в рейтинге СМИ, заигрывая со своей аудиторией. Эту гипотезу подтверждает тот факт, что далеко не все публикации, относящиеся к феминистскому дискурсу, носят сексистский характер. Так, тексты, в которых речь идет о мировых дискриминационных практиках, всегда нейтральны. Как правило, их структура состоит из показывающего недопустимость происходящего заголовка, репортажной фотографии, новости и статистики, еще раз демонстрирующей неправомерность многих традиционных практик. К таким публикациям относятся: «В Непале запретят менструационные избы под страхом тюрьмы», «В Непале женщина задохнулась в менструационной тюрьме», «Пакистанку голой прогнали по деревне за проступок брата» и др.

Можно отметить, что именно голливудский скандал, произошедший в ноябре 2017 года, вызвал всплеск публикаций на феминистскую тематику, благодаря чему в лексиконе авторов публикаций появилась гендерная терминология. Однако редакция крупного издания оказалась неготовой к формированию ценностной позиции по отношению к дискриминируемой группе населения. Ценностный конфликт выражен в одновременном применении противоположных друг другу по смыслу речевых дискриминационных практик. Сексистские заголовки публикуются рядом с феминистскими текстами, объективирующие фотографии соседствуют с репортажными снимками, свидетельствующими о крайней степени гендерной дискриминации.

При этом аудитория издания не всегда согласна с агрессивными журналистскими тактиками, что находит свое отражение в текстах комментариев к статьям, особенно в социальных сетях. Как пишет американский социолог Р.Инглхарт, традиционные ценности, свойственные и российскому обществу, подчеркивают важность религии, связей между поколениями, уважительного отношения к власти, авторитетам, сохранению традиционной семьи и гендерных ролей. Люди, разделяющие данные ценности, отвергают право на развод, аборт. Но при этом устойчивые традиционные отношения подвластны изменениям. По Р.Инглхарту, либерализация ценностей в России требует времени [10]. Так как медиа в значительной степени формирует ценностную картину мира, качество жизни многих граждан зависит от используемых в медиа методик, в том числе речевых.

Активное правозащитное сопротивление, возникающее в ответ на сексистские речевые практики в социальных сетях, способно повлиять на редакционную политику издания. Данный, медленно протекающий, процесс, остается незавершенным и требует пристального внимания исследователей, лингвистов, социологов, журналистов. То, как решится данный конфликт, и к чему приведет гонка за аудиториями, покажет время.

1. Черникова В.Е. Личность в условиях информатизации современного социокультурного пространства // Теория и практика общественного развития. Краснодар: Издательский дом ХОРС, 2014. С. 28-36.
2. Томская М.В. Гендерная характеристика социальной рекламы // Гендер: язык, культура, коммуникация. М., 2002. С. 294-299.
3. Свитич Л.Г. Журнализм в свете современных научных парадигм. М., 2012. 157 с.
4. Global Gender Gap Report 2018 [Электр. ресурс] // The World Economic Forum. URL: <http://reports.weforum.org/global-gender-gap-report-2018/data-explorer/#economy=RUS> (дата обращения: 06.01.2019).
5. Кодекс профессиональной этики российского журналиста [Электр. ресурс]. URL: http://www.ruj.ru/about_organization/kodeks-professionalnoy-etiki-rossiyskogo-zhurnalista/ (дата обращения: 15.05.2018).
6. Сайт РИА Новости вошел в двадцатку самых посещаемых сайтов в Европе [Электр. ресурс]. URL: <https://ria.ru/20130625/945627540.html> (дата обращения: 06.01.2019).
7. Кнэхт Н.П. Возраст и опыт: самоопределение как открытый проект // Мужское и женское в культуре: Материалы международной научной конференции. СПб., 2005. С. 94-97.
8. Автаева Н.О. Язык вражды в современных СМИ: гендерный аспект // Вестник Нижегородского университета им. Н.И.Лобачевского. 2010. № 4(2). С. 811-813.
9. Шилина А. Речевой сексизм как практика культурного разрушения социума (на материале мужских журналов) // Медиалингвистика. 2013. № 2. С. 120-123.
10. Наранович С. Мир становится все более безопасным. Социолог Рональд Инглхарт об изменении ценностей [Электр. ресурс]. URL: <https://lenta.ru/articles/2015/12/20/values/> (дата обращения: 20.01.2019).

References

1. Chernikova V.E. Lichnost' v usloviyakh informatizatsii sovremennogo sotsiokul'turnogo prostranstva [Personality in terms of informatization of modern sociocultural space]. Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya. Krasnodar, 2014, pp. 28-36.
2. Tomskaya M.V. Gendernaya kharakteristika sotsial'noy reklamy [Gender characteristics of social advertising]. Gender: yazyk, kul'tura, kommunikatsiya. Moscow, 2002, pp. 294-299.
3. Svitich L.G. Zhurnalizm v svete sovremennykh nauchnykh paradigm [Journalism from the perspective of modern scientific paradigms]. Moscow, 2012. 157 p.
4. Global Gender Gap Report 2018. The World Economic Forum. Available at: <http://reports.weforum.org/global-gender-gap-report-2018/data-explorer/#economy=RUS> (accessed: 06.01.2019).
5. Kodeks professional'noy etiki rossiyskogo zhurnalista [The code of professional ethics of the Russian journalist]. Available at: http://www.ruj.ru/about_organization/kodeks-professionalnoy-etiki-rossiyskogo-zhurnalista/ (accessed: 15.05.2018).
6. Sayt RIA Novosti voшел v dvadtsatku samykh poseshchaemykh saytov v Evrope [RIA Novosti website entered the top twenty most visited sites in Europe]. Available at: <https://ria.ru/20130625/945627540.html> (accessed: 06.01.2019).
7. Knehkht N.P. Vozrast i opyt: samoopredelenie kak otkrytyy proekt [Age and experience: self-determination as an open project]. Proc. of "Muzhskoe i zhenskoe v kul'ture". Saint Petersburg, 2005, pp. 94-97.
8. Avtaeva N.O. Yazyk vrazhdy v sovremennykh SMI: gendernyy aspekt [Hate speech in modern media: gender aspect]. Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I.Lobachevskogo, 2010, no. 4(2), pp. 811-813.
9. Shilina A. Rechevoy seksizm kak praktika kul'turnogo razrusheniya sotsiuma (na materiale muzhskikh zhurnalov) [Speech sexism in men's magazines as a practice of cultural destruction of society]. Medialingvistika, 2013, no. 2, pp. 120-123.
10. Naranovich S. Mir stanovitsya vse bolee bezopasnym. Sotsiolog Ronal'd Inglehart ob izmenenii tsennostey [The world is becoming more and more secure. Sociologist Ronald Inglehart on the change of values]. Available at: <https://lenta.ru/articles/2015/12/20/values/> (accessed: 20.01.2019).

Zauer A.A. Speech practices of discrimination in the online-newspaper "Lenta.ru": the feminist aspect. Popular online media have a significant impact on the formation or denial of gender prejudice through a variety of speech practices. The article discusses examples of discriminatory media techniques on the example of the "Lenta.ru" publication. Materials from May 31st, 2017 to May 31st, 2018 are analysed. Out of 846 texts, 82 publications are sexually explicit. The author suggests that the Internet newspaper deliberately publishes sexist materials for the rating. In the article, the feminist and sexist discourses are demonstrated with the help of speech practices.

Keywords: feminism, sexism, media, speech practices, discrimination, Lenta.ru, headlines.

Сведения об авторе. А.А.Заур — магистрант кафедры журналистики Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого (специальность 42.04.02 — журналистика, профиль «Современная медиасреда»); anzhelikasauer@gmail.com.

Статья публикуется впервые. Поступила в редакцию 30.12.2018.