

УДК 130.2

Е.И. Горошко

## ГЕНДЕРНОЕ ПРОСТРАНСТВО ИНТЕРНЕТА

За последнее десятилетие как феномен Интернета, так и собственно его изучение привлекают все большее количество ученых, занимающихся исследованиями общества: политологов, психологов, социологов, лингвистов. Собственно само появление Интернета существенно видоизменило все традиционные представления об обществе и его связях: «электронная паутина» охватывает самые разные социальные группы, под его воздействием происходят серьезные изменения в политической, экономической, правовой и профессиональной сферах жизнедеятельности. В связи с этим в середине 90-х годов на Западе возникает социология Интернета – быстро развивающаяся дисциплина, получившая в западной парадигме социального знания уже статус самостоятельного исследовательского направления [11]. В тоже время в Украине исследование Интернета и Интернет-коммуникаций только начинает развиваться [8]. Однако даже на Западе социологический взгляд на проблему появления новой коммуникационной среды – всемирной электронной паутины - пока еще недостаточно развит и теоретически обоснован [11].

Можно смело утверждать, что парадигма гуманитарного знания XX – XXI является антропоцентрической. В этой парадигме основное исследовательское внимание приковано к человеку (и к различным его характеристикам (в т. ч. и гендерным)). И именно гендерные аспекты Интернет-коммуникаций и анализ гендерных отношений в сети, особенности конструирования виртуальной идентичности становятся крайне актуальными при попытке понимания и описания феномена Интернет-коммуникации как в социологии, так и в гендерологии и других гуманитарных дисциплинах [7; 9].

Заметим, на настоящий момент под *гендером* понимают «... совокупность социальных и культурных норм, которые общество предписывает выполнять людям в зависимости от их биологического пола» [2, с. 21]. Считается, что гендер представляет собой социальную организацию различий, обуславливаемых полом человека. Одновременно он является и культурологической характеристикой поведения мужчины или женщины в данном месте и в данное время. Интересно с точки зрения *теории социальных ролей* определяет гендер Герда Лернер, сравнивая его с костюмом, со смиренной рубашкой, в которой мужчины и женщины исполняют свои неравные танцы [15]. Но гендер – это не роль, и не совокупность психологических отношений. Гендер, прежде всего, - базовая идентичность, а гендерные отношения, по мнению российских гендерологов Е. Здравомысловой и А. Темкиной, - это отношения стратификации, в основе которых находятся властные отношения. При этом различия мужского и женского конструируются как

неравенство возможностей группы мужчин и женщин [5, с. 168]. Наталья Пушкарева при описании «загадок» конструирования гендера указывает также, что гендер – это системная характеристика социального порядка, от которой невозможно избавиться или отказаться [10, с. 27]. Ученая образно сравнивает категорию «гендера» с плащом кентавра Неса. Так, в древнегреческом мифе о гибели Геракла герой надевает на себя плащ кентавра, пропитанный смертельным ядом. Яд проникает в тело героя, причиняя ему нестерпимую боль. В ужасных мучениях он пытается сорвать с себя плащ, но всё тщетно. Сорвать его можно только с кожей. С гендером происходит то же самое. От него невозможно отказаться. Он постоянно воспроизводится в структурах сознания, действия и воздействия. По мнению Натальи Пушкаревой, «...главный вопрос гендерной методологии – это выяснение ресурсов создания гендера» [Там же, с. 171].

Предметом моего исследования стал анализ гендерных ресурсов Интернета, т. к. именно вопрос о гендерных ресурсах является ключевым для социологии и теории гендера, в т.ч. и при изучении Интернет-коммуникаций.

Как культурный феномен (а он, безусловно, таковым является) «гендерный» Интернет на пост советском пространстве практически не изучен за исключением нескольких спорадических и крайне метафорических описаний, проведенных в работах Е. Шерман [12, 13]. По сегодняшний момент существует только одна монография в лингвистике, посвященная гендерным основам Интернет-коммуникаций [7].

Что бы каким-либо образом попытаться формализовать этот информационный сегмент и описать сайты, позиционирующие себя как *мужские* или как *женские*, вначале я решила посмотреть сколько раз слово «женщина» и слово «мужчина» появляется по поисковым системам Яндекс, Гугль и Рамблер для русского и украинского сегментов сети. Получилось следующее:

Таблица №1 Частот встречаемости страниц Интернета по ключевым словам «мужчина» и «женщина»

(поиск проведен автором работы 27.06.2005)

	Yandex	Google	Rambler
Женщина	Результат поиска: страниц— 40101952. сайтов— не менее 20563. запросов за месяц: женщина — 277669	интернет: 1 330 000 для Женщины: рунет: 1 210 000; укрнет: 543 000.	Вы искали: Женщина. найдено сайтов: 309893. документов: 38785183. <u>68307</u> новых:
Мужчина	Результат поиска: страниц — 32319760. сайтов — не менее 15584.	интернет: примерно 1 080 000 для Мужчины: рунет: 77 300;	Вы искали: Мужчина. найдено сайтов: 295199. документов: 32522292. новых: 58349

	запросов за месяц: мужчина — 175944.	укрнет: 331000.	
--	--	--------------------	--

По этой таблице видно, что частота употребления слова «женщина» стабильно и пропорционально превышает частоту встречаемости слова «мужчина». На слова «мальчик» и «девочка» я получила аналогичную пропорцию. Очевидно, этот факт можем объяснить несколькими причинами. Во-первых, он может свидетельствовать о маркированности всего женского в сети, а, как известно, всё маркированное исследуется и описывается чаще, чем норма [3]. Во-вторых, исходя из теории притяжения полов, противоположный пол акцентируется сильнее своего собственного. Тогда становится понятным, что в созданном мужчинами Интернете слово «женщина» должно встретиться чаще...

Аналогичная картина наблюдается и в англоязычном Интернете. Так, по статистике Михаила Эпштейна, по поисковой системе Гугль «woman» (женщина) встретилось 46.300.000, а «man» (мужчина) - 7.330.000 раз [(Эпштейн)]. По его же данным, для сравнения в Рунете слово "женщина" зафиксировано 17.827.988 раз, "мужчина" - 12. 212. 490, т. е. только в полтора раза меньше (точнее, 1.459, по Яндекс). Как ни странно, но точно так же распределяется в Интернете количество "мальчиков" и "девочек": "girl" - 57.500.000, "boy" - 39.400.000 (1.459, по Гуглю). В Рунете девочки (4.168.167) тоже преобладают над мальчиками (3.659.647), но в меньшей пропорции (1.11389). Автор статьи прямо указывает, что статистика словоупотреблений в Интернете может стать более надежным зеркалом общественного сознания, чем творчество любого писателя или даже опросы общественного мнения, будучи простым и достоверным средством изучения наивной "картины мира", представленной в языковом сознании его носителей – пользователей Интернета.

Поиск по тем же трем поисковым системам Яндекс, Гугль и Рамблер, проведенный автором этой статьи 27 июля 2005 года, по словосочетаниям «женский Интернет», «женский сайт» и «женщина и Интернет» показал, что женский Интернет демонстрирует «некий светский винегрет со стереотипной гендерной отдушкой». И этот винегрет может удовлетворить любые женские вкусы: от кулинарных и магических до политических и гендерно-чувствительных. Так, в нем можно найти всё: от сайтов салонов красоты и женских хобби (где преобладают гадание, колдовство и магия) и сайтов любителей латиноамериканских сериалов до веб-страниц политико-общественных организаций и проектов по охране материнства и детства. Они достаточно демократичны в силу практического отсутствия цензуры и ослабления редакторского контроля. Однако, гораздо более чем о собственно содержании женского Интернета, этот запрос дает представление о том, какие сайты позиционируют себя как «женские» (с учетом, конечно, и влияния рекламного фактора). Мне кажется, что подобного рода самопрезентация «женского» отнюдь не тождественна объективному положению дел, и чисто «номинативный подход» не показывает (да и не может показать) реальную картину параметров женских ресурсов сети. Но критерии формализации описания этих ресурсов по сегодняшний момент практически отсутствуют [5]. Выработка таких

критериев, на мой взгляд, должна быть разработана в ближайшем будущем, что одинаково актуально как для гендерной теории, так и практики. Проведенный анализ также показал, что женские сетевые порталы делятся на универсальные и специализированные. Первые (к примеру, "Ассоль", "Женский клуб" или "Ivoman.ru") как бы воплощают понятие «женского мира», где есть всё, что, как считается, может затронуть женское сознание и сердце: от советов по родам до косметики, с множеством промежуточных разделов. По мнению Елены Шерман, «Сочетание столь несхожих вещей ... в пределах группы сайтов, ориентированных на один и тот же сегмент аудитории - это, на первый (или мужской) взгляд, вопиющее нарушение правил, интеллектуальный винегрет, нечто вроде чичиковской заветной шкатулки, выставленной со всем содержимым на всеобщее обозрение...» [13].

Одновременно достаточно представительны в сети и женские Интернет-СМИ, носящие, как правило, развлекательный характер. Они делятся на он-лайн версии бумажных журналов и собственно сетевые, существующие только в цифровом виде ("Newwoman", "Клео", "Невестушка"). Сетевые издания, на мой взгляд, гораздо динамичнее (благодаря постоянному обновлению) и демократичнее (вероятно, опять-таки сказывается почти полное отсутствие цензуры). А вот профессиональных порталов в женском фрагменте сети немного. На этом фоне выгодно выделяется в Рунете портал Женских инициатив (<http://www.ow1.ru>), а в украиноязычном сегменте сети - портал Украинского женского фонда (<http://www.uwf.kiev.ua>), где достаточно удачно размещены грамотно подобранные гендерные ресурсы по научной и общественной тематике, включая, например, базу гендерных ресурсов Интернета и первую в СНГ электронную версию словаря гендерных терминов, который сыграл немаловажную роль в институализации гендерных исследований на всём пост советском пространстве. Примечательно, что один из «типичных» по дизайну женских сайтов ([www.ABCwoman.com](http://www.ABCwoman.com)), помимо кулинарии и техники соблазнения, предлагает также блок научных статей о женщине в Интернете (среди авторов – часто цитируемая в этой работе Елена Шерман) [12, 13].

Просмотренные мною первые десять сайтов, которые мне «выдала» поисковая система Гугль в июле 2005 года на словосочетание «женский сайт», поражают своим спектром и диапазоном в «сочетании Несочетаемого» даже в пределах одной страницы с одновременным тиражированием патриархатных установок и стереотипов, рассматривающих первостепенную роль женщины только или как объекта сексуальных желаний, или как хранительницу домашнего очага и устоев домостроя<sup>1</sup>. Женский сегмент сети напомнил мне культурный феномен русского лубка: упрощение и стереотипизация всего женского в этом секторе, а также простота и яркость его образов (наверное, именно поэтому эти сайты должны быть необычайно близки и понятны, по мнению их авторов, простым женщинам, женщинам «без божеств» и сильным интеллектуальных устремлений). Об этом же

<sup>1</sup> При просмотре этих сайтов, я даже забыла, что я нахожусь как бы в XXI веке и анализирую новейшую коммуникативную среду – Интернет.

говорит (только несколько метафоричнее) и Е. Шерман, сравнивая, например, женский Рунет с собранием сокровищ старой девы, заключенных в резной деревянный ларец, где в беспорядке находятся старые письма вперемежку с засушенными цветочками, сентиментальные открытки, дамские дневники *а ля моей любимой подружке* и мотки ниток для вышивания [13]. Так же исследовательница сравнивает их с домом, «...где должно быть все: и дети, и кухня, и спальня, и охи-ахи при просмотре телесериала, и шторы в тон обоям, и святочные гадания, и пасхальные куличи: дома, где должен быть порядок, лад, и где все должно быть красиво» [Там же].

Обустройству в сети подлежит как приватная сфера женской активности, так и публичная, и это обустройство идет очень активно [6]. При этом грань между *публичным* и *приватным* достаточно зыбкая, а иногда и еле осязаемая; и это, наверное, является чертой виртуальной культуры в целом (однако это предварительная гипотеза, которая ещё нуждается в доказательстве).

Поиск по системе Гугль, проведенный в начале августа 2005 года по словосочетаниям «мужской интернет», «мужчина и интернет» и «мужской сайт», показал, что в качестве *мужского* номинативно презентуется и тиражируется через Интернет. Аналогичный беглый просмотр уже первых десяти сайтов по этому запросу показал, что при сравнении с женским сегментом сети профессионализм здесь выше и «мещанские» установки не проступают столь явственно. Создается впечатление, что русский мужчина крайне обеспокоен проблемами своего здоровья (больше половины «выданных» сайтов касались укрепления мужского здоровья и поддержки правильного образа жизни). Мужской сегмент сети, показался мне, и более однообразным. Я думаю, что сегмент сети, «позиционирующий» себя как *мужской Интернет*, выражает своеобразную общественную реакцию на тезис «А как бы женщины хотели нас увидеть?» (В этой связи для анализа гендерных стереотипов, интересно было бы проследить, а *как* и *кем* создается мужской и женский сегменты сети?<sup>2</sup>)

Грань же между *приватным* и *публичным* проходит достаточно резко. Нет столь выраженного «смещения» *всего со всем*.

Не применима здесь и метафора обустройства дома. Мужской сектор сети более инструментален, прагматичен. Если же использовать язык метафор, то мужской Интернет – это справочник, набор ресурсов, а женский – виртуальное жилище.

Заметим также, что ничто так не характеризует культурное состояние общества, как самочувствие так называемых "обычных" людей, не склонных к теоретизированию. Я думаю, что Интернет прекрасно иллюстрирует то, как простым людям живется с гендерными стереотипами. Живется не слишком гладко, ибо стереотип на то и стереотип, чтобы подминать под себя непокорную реальность [1]. Например, женщинам явно мешает миф о том, будто они знают компьютер заведомо хуже мужчин, или женщина – хакер – это миф. Однако стереотип недолговечен, и на смену нынешних придут другие. И наивно предполагать, что как только мы «...разоблачим окайненные стереотипы, как сразу настанет прекрасная

<sup>2</sup> К сожалению, исследований на эту тему нами найдено также не было.

новая жизнь со сплошным гендерным равенством и братством. Думается, однако, что все сложнее. Если мы и имеем дело со сменой культурных эпох, что вполне вероятно, то основу следующей эпохи составит очередной набор стереотипов, в том числе и гендерных. Просто они будут другими» [Там же]. А Интернет в силу своей глобальности и быстроты развития помогает как предсказывать, так и быстро распространять любые стереотипы...

Итак, какова же гендерная перспектива сети? Анализ женских электронных ресурсов показал, что идет формирование новой гендерной парадигмы - с собственной историей, мировоззрением, ценностями и стратегиями. При этом гендерная парадигма как Интернета, так и, наверное, всего гуманитарного знания в целом развивается по трем аспектам:

- акцентуации врожденных различий между мужчинами и женщинами;
- создания и тиражирования образов «феминного» и «маскулинного» в киберпространстве;
- наших представлений и ожиданий от мужских и женских виртуальных ролей.

Однако на извечный вопрос о «хозяине» виртуальных ресурсов, я бы ответила однозначно – хозяин виртуального пространства пока мужчина. При этом *символическое, виртуальное, женское* всё равно маркируется и становится маргинальным.

Можно говорить как о противопоставлении в сети «мужское/женское», так и на сильном противостоянии в самом женском Интернете между «традиционным» (патриархатным) и «новым» (феминистским). И я думаю, эти две тенденции будут развиваться параллельно...

Что касается публичной и приватной сферы электронного пространства, то тут также существует некоторая особенность: нет четкой границы между публичным и приватным, личным и общественным. Причем в женском секторе Интернета эта тенденция проявляется ярче.

#### Список литературы

1. Балла О. Испытаем гендер на прочность. // ([http://exlibris.ng.ru/koncept/2005-06-23/5\\_gender.html](http://exlibris.ng.ru/koncept/2005-06-23/5_gender.html)), 2005.
2. Воронина О. А. Теоретико-методологические основы гендерных исследований // Теория и методология гендерных исследований. Курс лекций Под общ. ред. О. А. Ворониной.- М.: МЦГИ – МВШСЭН – МФФ, 2001. С. 13-106.
3. Горошко Е. И. Особенности мужского и женского вербального поведения (психолингвистический анализ). Автореферат канд. дисс. на соискание степени канд. филол. наук. М., 1996. - 24с.
4. Горошко О. И. Интернет – жінок: мрія чи реальність // Ресурси Інтернет для жінок (довідник). – Київ: Український жіночий фонд. – 2004. – С. 3-8.
5. Здравомыслова Е., Темкина А. Социология гендера // Введение в гендерные исследования. Ч.1. Харьков: ХЦГИ – СПб: Алетейя, 2001. – С. 147-173.
6. Каспэ, И. Дом на экране: атрибуты и символы домашнего пространства в интернет-средах // Russian-cyberspace.org: // ([http://www.ruhr-uni-bochum.de/russ-cyb/library/texts/ru/kaspe\\_home.htm](http://www.ruhr-uni-bochum.de/russ-cyb/library/texts/ru/kaspe_home.htm)). 2005.
7. Компанцева Л. Ф. Гендерные основы Интернет – коммуникация в постсоветском пространстве. – Луганск: Знание, 2004. – 239 с.

8. Краснокутська Ю. С. Internet як Mass-Media: Основні теоретичні-методологічні підходи // *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства*. Зб. Наук. праць. Харків, 2005. – С. 441-444.
9. Митина О. В., Войскунский А. Е. Интернет в гендерном измерении // *Введение в гендерные исследования*. – М.: Аспект-Пресс, 2005. – С. 204-216.
10. Пушкарева Н. Л. Гендерные исследования: рождение, становление, методы и перспективы в системе исторических наук // *Женщина, гендер, культура*. М.: МЦГИ, 1999. - С. 15-35.
11. Стребков Д.О. Социология Интернета // (<http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg-114300/about.html>), 2003.
12. Шерман Е. Портрет кибервумен или миф о женщине в сети // ([http://www.russ.ru/netcult/20030902\\_sher.html](http://www.russ.ru/netcult/20030902_sher.html)), 2002.
13. Шерман Е. Женский Интернет. // ([http://www.russ.ru/culture/network/20040212\\_sherman.html](http://www.russ.ru/culture/network/20040212_sherman.html)), 2004.
14. Эпштейн М. Мужчина и женщина по-английски. // (<http://studynlp.narod.ru/pt132.html>), 2004.
15. Lerner. G. *The Creation of Patriarchy*. – New-York-Oxford: Oxford University Press, 1986. – 361 p.

Посупило в редакцию 22.06.2005