

ЖЕНСКИЕ СООБЩЕСТВА В ONLINE-ПРОСТРАНСТВЕ: «РЕЖИМЫ ВИДИМОСТИ» В ПУБЛИЧНОЙ ПОЛИТИКЕ РФ

.....

А. А. Гнедаш¹

В статье исследуются существующие в России женские online-сообщества, выделяются легитимные и «частично видимые» режимы функционирования женских online-сообществ в рамках публичной политики в online-пространстве. Автор показывает, что online-сфера продолжает оставаться средой, воспроизводящей гендерные стереотипы, и средой, закрепляющей существующие в offline-пространстве патриархальные механизмы.

Ключевые слова: online-социальные сети, блоги, гендер, гендерные стереотипы в online- и offline-пространствах, общественная и приватная сферы, женские online-сообщества, «режимы видимости» в публичной политике.

In this paper is studying the women's online-social community in Russia, the author distinguishes legitimate and «partially visible» regimes of women's online-communities existence within the framework of public policy in the online-space. The author also shows that the online sector continues to be a sphere that reproduces gender stereotypes, and a sphere, which enshrines the patriarchal arrangements are existed in offline space.

Key words: online-social networks, blogs, gender, gender stereotypes in online-and offline-spaces, public and private spheres, women's online-community, «regimes of visibility» in public policy.

Сегодня Рунет считается элитарной и стратифицированной средой [11], в которой доминируют городские и образованные пользователи. Причем наблюдается большой разрыв между крупными городами и пригородными районами, 37 миллионов российских интернет-пользователей составляют менее 40% населения, те, кто выходит в Интернет, делают это довольно часто и весьма неравнодушно к социальным медиа. Так, по статистическим данным [15], доля активных пользователей Интернета, которые постоянно пользуются бло-

¹ Гнедаш Анна Александровна – кандидат политических наук, доцент кафедры государственной политики и государственного управления Кубанского государственного университета. Эл. почта: anna_gnedash@inbox.ru

Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ в рамках проекта № 11-03-00519а «Конструктивный потенциал социальных сетей в сфере публичной политики в условиях модернизации современного российского общества» (2011–2013 гг.).

гами и online-социальными сетями, в России выше, чем в США. Кроме того, те, кто используют сайты online-социальных сетей, гораздо больше вовлечены в это, чем пользователи в других странах [16]. Согласно данным компании Яндекс [3], среднестатистический блогер РФ — 22-летняя девушка, проживающая в г. Москве. Ее блог существует год и девять месяцев, обновляется раз в пять дней. Блоги в среднем ведут 58% женщин и 42% мужчин — пользователей Интернета.

В октябре 2010 г. центр Беркмана опубликовал исследование «Публичный дискурс в российской блогосфере: анализ политики мобилизации в Интернете» [4], которое проводилось в течение двух лет и направлено на изучение роли Интернета в российском обществе. База исследования составила более пяти миллионов блогов, среди которых выделили активное дискуссионное ядро, состоящее из 11 тысяч блогов общественно-политической направленности.

Структура дискуссионного ядра online-пространства России, описанная исследователями центра Беркмана, включает шесть online образований:

- общественный дискурс, ссылающийся на международные источники;
- общественный дискурс, ссылающийся на российские медиа;
- националисты;
- демократическая оппозиция;
- бизнес, экономика и финансы;
- социальный и экологический активизм.

Гендерные показатели только одного кластера — «социальный и экологический активизм» (66,7% женщин, 33,7% мужчин) демонстрируют высокую долю женщин на карте, противоположную общему распределению в других кластерах: 67,3% мужчин и 32,7% женщин. Кластер включает в себя ряд блоггеров из Санкт-Петербурга, которые активно противостояли строительству башни «Газпром»; блоггеров, пишущих об общих проблемах, связанных с сохранением архитектуры городов, садов и общественных зданий. Также присутствуют антифашистские и антиэкстремистские блоги, блоги известных общественных деятелей [4].

С развитием блогов постоянно растет число женщин-блоггеров, это частично можно объяснить тем, что культура написания и работы с дневником присуща женщинам больше, чем мужчинам. Современные блоги как раз и представляют собой дневник как культурный образец по форме и содержанию. Несмотря на то что женщин-блоггеров больше, пользователи предпочитают обращаться к блогам мужчин. Основная причина заключается в выборе тем, на которые пишут в блогах: у мужчин преобладают общественно-политические, у женщин — приватные темы.

Используя метод включенного наблюдения за рейтингами сервисов, представляемых компанией Yandex [5], выделим тематические сообщества женской аудитории online-пространства.

Первую и одну из самых многочисленных групп обозначим как «Женские (традиционные) темы»: например, сообщество сайта www.myjulia.ru (сеть функционирует с 2008 г., сервер расположен на территории РФ). Пользователи данного сообщества согласно тегам чаще и активнее всего обсуждают такие темы, как «женщина, любовь, отношения, фото»; на втором месте по обсуждаемости идут темы «дети, рукоделие, кулинария, мода, здоровье»; на третьем — «мужчина, природа, работа». Ежедневно сайт посещают около 75000 пользователей, постоянными ежедневными участниками являются примерно 24000 пользователей. Организаторы позиционируют данную сеть как «женскую социальную сеть myJulia.ru, женский журнал, женское сообщество». В поисковой системе Yandex данная online-сеть определяется следующими ключевыми словами (запросами пользователей): «отпуск», «фото», «ножки»; в поисковой системе Google — «рукоделие», «отношения», «мужчина». Индекс Яндекс ТИЦ² для данного сообщества равен 500.

Аналогичными online-сообществами можно назвать www.myjane.ru («сайт для женщин», посещаемость — около 80000 ежедневных пользователей, Яндекс ТИЦ — 2300, ключевые слова — «дети», «секс», «мой дом»), «www.woman.ru» («женский журнал», посещаемость — около 500000 ежедневных пользователей, Яндекс ТИЦ — 1600, ключевые слова — «рецепты», «секс», «песни») и т. д. В итоге данные online-социальные сети можно определить как свободную от политики и экономики зону online-общения, связанную исключительно с оформлением традиционного женского образа жизни.

Вторую по многочисленности группу можно назвать «Традиционное материнство»: например, сообщество сайта www.baby.ru (сеть функционирует с 1998 г., сервер расположен на территории РФ). Согласно анализу постов пользователи данного сообщества чаще всего обсуждают темы «Роды», «Беременность», «Дети». Ежедневно сайт посещают около 100000 пользователей, постоянными ежедневными участниками являются около 30000 пользователей. Организаторы позиционируют данную сеть как «сеть все для мам и беременных». В поисковой системе Yandex данная online-сеть определяется следующими ключевыми словами (запросами пользователей): «мой ребенок», «дети — это»; в поисковой системе Google — «беременность», «роды», «имена». Индекс Яндекс ТИЦ для данного сообщества равен 1 500.

Сходные сообщества сформированы на сайте «www.materinstvo.ru» («Форум Материнство — беременность, роды, питание, воспитание», посещаемость —

² Яндекс ТИЦ – один из показателей релевантности интернет-ресурса, который определяется поисковой системой Яндекс благодаря внутреннему анализу качества, внешних ссылок на данный ресурс (подробнее см.: [2]).

около 60000 ежедневных пользователей, Яндекс тИЦ — 650, ключевые слова — «материнство», «беременность», «месячные»). Данные online-социальные сети также можно отнести к разряду площадок online-пространства, закрепляющих гендерные роли и разделяющих приватную (для женщин) и публичную (для мужчин) сферы. Еще один отрицательный результат существования данных материнских сетей — исключение пап из семейной и родительской сферы. Эти сети характеризуются большим числом участников с ограниченной степенью взаимозависимости. Данному типу не свойственны такие характеристики, как стабильность и постоянство, их структура имеет склонность к атомистичности.

К наименее численным группам женского сетевого взаимодействия относятся online-сообщества, сформированные женскими политическими и феминистскими интересами: например, «forum.gender.ru», «ravnopravka.ru».

Forum.gender.ru — информационно-просветительский форум научного женского online-сообщества, являющийся ответвлением сайта gender.ru (работает с 1999 г.) — сайта РОО «Московский центр гендерных исследований», существующей с 1990 г. Индекс Яндекс тИЦ равен 300, индивидуальных пользователей с момента регистрации сайта — более 1000 000. Ключевые слова для поиска: «гендер», «права женщин», «гендерное равенство». Данный сайт и форум осуществляют информационное сопровождение offline-деятельности МЦГИ. Подобного рода online-социальные сети, как правило, обладают достаточными интеллектуальными, финансовыми и административными ресурсами. Основные направления деятельности сообществ данного типа: поддержка социальной активности женщин и женского движения; проведение исследований по правам женщин; экспертиза законодательства и социальной политики государства; развитие гендерного просвещения и образования. При поддержке МЦГИ возникло не менее 20 женских организаций: «ЖенСет» (Женская информационная сеть-1990), «Ассоциация независимых женских инициатив» (1991), первый «Кризисный центр для женщин» (Москва, 1993), Союз «Женщины Дона» (Ростов-на-Дону, 1993), а также Тверской, Мурманский, Петрозаводский центры гендерных исследований. В настоящее время многие из этих организаций носят зонтичный характер и включают в себя как индивидуальных, так и коллективных членов.

Ravnopravka.ru — online-сообщество Московской феминистской группы, основанной в 2008 г. и задумывавшейся как «одна из закрытых женских групп роста самосознания, где участницы «лицом к лицу» могли бы обсуждать женский опыт и проблемы гендера». Участницы сети регулярно встречаются в offline-пространстве. Сайт существует с 2011 г. Индекс Яндекс тИЦ равен 0, ежедневная посещаемость — около 70 пользователей. Согласно тегам активнее всего обсуждаются такие темы, как: «Феминизм», «Женское движение», «Известные феминистки», «Маскулинность» и т. д. Данные сообщества зани-

маются обсуждением и защитой прав женщин, борьбой за гендерное равноправие, просветительской деятельностью в области защиты прав и повышения статуса женщины в обществе.

Женские «политические» online-сообщества, встраиваясь в политический процесс, выступают механизмом донесения до государства основных социальных проблем, с которыми сталкивается как женщины в целом, так и мужчины и другие социально-демографические группы. Женские «традиционные/неполитические» online-сообщества замыкаются на внутреннем тематическом цикле и обсуждают только приватные темы, не выходят в offline-пространство для решения своих проблем. Необходимо отметить, что женские «политические» online-сообщества имеют больше ресурсов и каналов для взаимодействия с органами власти, НКО, НПО. Данные сети выходят на более высокий уровень — от непосредственного обсуждения проблемы к ее решению.

В начале 1990-х гг. феминистское сообщество имело противоречивые взгляды на развитие online-пространства [7]. Одна часть исследователей и исследовательниц называли Интернет сферой деятельности исключительно мужчин [17], и такое восприятие было сформировано под влиянием интерпретации Интернета как суммы технологий. Кроме того, использование женщинами компьютерных технологий и влияние на развитие вычислительной техники было тривиальным [13], в то время как значительные достижения в компьютерной технике были маскулинизированы. Мужчины доминировали в обсуждениях в форумах и в чатах [9], и Интернет считался частью системы, пронизанной гендерным неравенством и отношениями власти, как и в реальном мире. В то же время Интернет был связан с надеждами и ожиданиями солидарности между женщинами, более активно участвующими в социальных сетях. Феминистки обсуждали возможности для развития общественных пространств и изменения границ данных пространств путем удаления границ между государственной и частной сферами [8]. В этой связи Интернет был интерпретирован не как технология, а как среда. Феминистки были вдохновлены постструктуралистской теорией, разработавшей ряд утопических проектов для мира за пределами бинарных отношений полов. В Интернете, как киберфеминисты надеялись, границы между технологией и человеком, а также между мужчинами и женщины будут разрушаться. В частности, возможности «бестелесного» общения через Интернет и «гендерной замены» в чатах и форумах, где идентичность может быть изобретена заново, сделали Интернет проекционным экраном для постмодернистской теории [6; 19].

Как показали эмпирические исследования зарубежных авторов и наблюдения за общением на форумах, чатах и социальных сетях, в последнее десятилетие, несмотря на то, что «цифровой» гендерный разрыв сведен к минимуму в большинстве развитых стран [10], гендерные роли играют неожиданно важную роль в «бестелесном» взаимодействии. Например, дизайн регистра-

ции и самопрезентации на сайтах таких социальных сетей, как «MySpace», «Facebook», предполагает обязательную актуализацию пользователя как мужчины или женщины. Таким образом, половая бинарность (гетеронормативность) вписывается разработчиками и администраторами как данность. Необходимо отметить и постоянно усиливающуюся в online-пространстве сексуализацию женского тела [1].

Согласно данным некоторых исследователей [12; 18], в современных социальных сетях пользователи активно транслируют традиционные представления о мужественности и женственности. По мнению ученых, негативные высказывания и комментарии допустимы только для пользователей-мужчин, но никак не для пользователей-женщин, что можно интерпретировать как двойной стандарт в online-пространстве [14].

Таким образом, «режимы видимости» женских сообществ в online-пространстве включают три допустимых ракурса: «женщина», «мать», «активистка», причем первых два ракурса намного легитимнее в российском online-пространстве, третий ракурс «активистка» для большинства пользователей носит негативный «флер» женской (несвойственной или ненужной) игры в публичной политике.

Библиографический список

1. Гапова Е. Полный Фуко: тело как поле власти. URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2011/2/ga8.html>
2. Гнедаш А.А., Рябченко Н.А. Гендерная политика online: субъекты, механизмы и проблемы функционирования // Политическая экспертиза. 2011. Т. 7, № 1.
3. Рост блогосферы замедляется. URL: <http://www.seonews.ru/events/detail/43740.php>
4. Центр Беркмана. URL: http://cyber.law.harvard.edu/publications/2010/Public_Discourse_Russian_Blogosphere
5. Яндекс-блоги: рейтинг сервисов. URL: <http://blogs.yandex.ru/services/>
6. Bruckman A. Gender Swapping on the Internet. URL: www.mith2.umd.edu/WomensStudies/Computing/Articles%2BResearchPapers/gender-swapping
7. Carstensen T. Gender Trouble in Web 2.0. Gender perspectives on social network sites, wikis and weblogs. URL: http://www.informatik.unibremen.de/soteg/gict2009/proceedings/GICT2009_Carstensen.pdf
8. Consalvo M., Paasonen S. (eds.) Women & Everyday Uses of the Internet. Agency & Identity. New York: Peter Lang, 2002.
9. Herring S. C. Bringing Familiar Baggage to the New Frontier: Gender Differences in Computer-Mediated Communication. Boston, Allyn & Bacon, 1996.
10. Initiative D21. (N) Onliner Atlas 2008. URL: http://old.initiated21.de/fileadmin/files/08_NOA/NONLINER2008.pdf
11. Internet in Russia. URL: http://bd.fom.ru/report/cat/smi/smi_int/int0309
12. Kolek E. A., Saunders D. Online disclosure: An empirical examination of undergraduate Facebook profiles // NASPA Journal. 2008. № 45.

13. *Light J.* When Computers were Women. *Technology and Culture*. 1999. №40 (3).
14. *Manago A.M.* [a. o.] Self-presentation and gender on MySpace/A.M. Manago, M.B. Graham, P.M. Greenfield, G. Salimkhan // *Journal of Applied Developmental Psychology*. 2008. Vol. 29, Is. 6.
15. Russia has World's Most Engaged Social Networking Audience. URL: http://www.comscore.com/Press_Events/Press_Releases/2009/7/Russia_has_World_s_Most_Engaged_Social_Networking_Audience
16. *Soldatova G.* Russian Schoolchildren as Internet Users: Types and Risk Groups. URL: <http://pewInternet.org/Reports/2010/Social-Media-and-Young-Adults/Summary-of-Findings.aspx?r=1>
17. *Spender D.* *Nattering on the Net*. Toronto: Garamond Press, 1996.
18. *Strano M.M.* User descriptions and interpretations of self-presentation through Facebook profile images // *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*. 2009. February 20. URL: <http://www.cyberpsychology.eu/view.php?cisloclanku=2008110402>
19. *Turkle S.* *Life on the Screen. Identity in the Age of the Internet*. New York: Simon & Schuster, 1995.