

# СОЦИОЛОГИЯ

Е. Ю. Колесникова<sup>1</sup>

## ВИРТУАЛЬНЫЙ СОЦИУМ КАК НОВОЕ ПРОСТРАНСТВО КОНСТРУИРОВАНИЯ ГЕНДЕРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

Развитие и беспрецедентное по своим «социальным эффектам» распространение массовых коммуникаций (и в первую очередь – интернет-коммуникаций) как особого смыслового и языкового пространства, специфического поля социального бытия современного человека, в котором происходят, в том числе, процессы социализации и конструирования идентичности, актуализировало необходимость анализа гендера в новых информационных условиях.

Понятие гендера (социального пола) в социологии является одним из фундаментальных. С точки зрения структурной социологии, и в полном соответствии с традицией Эмиля Дюркгейма [1, 2], пол сам по себе есть явление социальное, поэтому использование термина «гендер» представляет собой в некоторой степени плеоназм, но его использование призвано подчеркнуть, что речь идет о социологической «оптике», о специфическом социологическом подходе к вопросу пола.

Понятие «пол» (латинское *sexus*, «пол», «половина», «деление») может использоваться шире и включать в себя анатомические различия и признаки. Понятие «гендер» обычно применяется в сфере собственно социологии или социальной психологии. В структуре общества мужчинам и женщинам отводятся принципиально разные статусы. Они настолько различны, что могут быть рассмотрены в отрыве от их носителей и их анатомических свойств. Разделение на мужское и женское в социуме напрямую связано с фундаментальными основами общества и предопределяет его строение.

Эти роли можно мыслить сами по себе, и формирование мужских и женских стереотипов поведения, психологии, реакций, отношения к жизни и миру в дальнейшем будут следствиями этих ролей. Статус мужчины и статус женщины в обществе являются самыми фундаментальными из социальных статусов. В большинстве обществ они считаются врожденными и не подлежат изменению. Но в некоторых случаях даже в традиционных и архаических обществах, не говоря уже о современных (так называемых «обществах высокой современ-

<sup>1</sup> **Колесникова Елена Юрьевна**, кандидат социологических наук, старший научный сотрудник Северо-Кавказского научно-исследовательского института экономических и социальных проблем, доцент кафедры социологии факультета социологии и политологии Южного федерального университета.

ности», постмодернистских и фрагментарно постмодернистских), эти статусы могут меняться. Однако само изменение статусов, как правило, представляет собой именно перемену одного на другой, а не выход за пределы гендерных структур. Если член общества меняет пол, то переходит – до определенной степени – в зону пола противоположного.

Социум нормативно выделяет два гендерных статуса – мужчину и женщину. Социум всегда состоит из двух ролевых цепочек, которые пронизывают все страты и привносят в социальную модель дополнительную симметрию [3, с. 455].

Пара «мужское - женское» мыслится как наделенная качественным содержанием, включающим в себя широкую гамму оттенков и нюансов. В ней заложены идеи:

- противоположности (противопоставления) и дополнительности
- чуждости и родства
- иерархии и (своеобразного) равенства
- наслаждения и страдания
- любви и ненависти
- войны и мира
- благочестия и греха

В разных ситуациях гендерная дуальность может выражать любые пары и выступать в качестве универсального языка, фундаментального лингвистического инструмента для выражения любых оттенков мысли или любых форм социальных устройств.

Оказываясь в обществе в роли мужчины или женщины, человек автоматически попадает в семантическую структуру, которая предопределяет не только форму, но и содержание социального бытия.

Структуралисты показали, что в лингвистике и в философии нельзя рассматривать знак и символ, как денотат какого-то объекта денотата, существующего самого по себе вне сферы языка и мышления. Таких однозначных связей между элементом языка (мышления, общества, культуры и т.д.) и самостоятельно существующей вещью нет. Смысл знака, его значение возникают не из денотации, но из коннотации, то есть из той позиции, которую знак, символ или слово занимает в общем языковом контексте [4, с. 511].

Таким образом, в структурной социологии гендер можно назвать фундаментальным контекстом, который предопределяет социальное содержание бытия человека, причисленного к тому или иному полу. Гендер есть коннотат самой структуры социума как языка, как текста и контекста. Человек учится гендеру также, как он учится всем остальным социальным навыкам и ролям, заложенным в статусах. Пол есть свойство социальное, и придается человеку обществом – с имплицитным заданием осваивать гендерные архетипы, реализовывать их, развиваться в их рамках.

Вопросы социального пола, охватывающие все аспекты социального бытия человека, не могут не затрагивать и специфическое поле масс-медиа,

создающее аналог действительности, воспринимаемое большинством людей в качестве реально существующей и, в силу этого, выполняющей функции образца (канона) поведения. Одной из важнейших по степени влияния на формирование образцов взаимодействия с другими людьми является показ базовой дихотомии «мужчины-женщины», углубленное изучение которой было инспирировано феминизмом.

Феминистский подход к изучению массовой коммуникации открывает многочисленные векторы анализа. Одно из направлений исследования связано с демонстрацией способов кодировки многих медиа-текстов как глубоко и устойчиво гендерных, что обусловлено ожиданиями аудитории (как пример – специфические «гендерно ориентированные» развлекательные передачи, ток-шоу или бесконечные сентиментальные телесериалы для домохозяек, так называемые «мыльные оперы» – жанр, выдержанный в русле «женской эстетики»). Интерес к конструированию социального пола в текстах медиа – лишь один из аспектов изучения гендера в теории коммуникации.

Исследования аудитории и способов восприятия ею содержания медиа показали, что существуют довольно серьезные различия, связанные с социальным полом – как в манере использования медиа, так и в значениях, которыми наделяется тот или иной вид деятельности [5, с.120]. Причины различного отношения к медиа могут быть объяснены психологическими различиями мужского и женского. Различные типы содержания медиа оказываются связанными и с характером выражения разделяемой идентичности, основанной на понятии «социального поля» П. Бурдьё [6, с.567] (поле, по Бурдьё, – это специфическая система объективных связей между различными позициями, определяемыми социально и в большой степени не зависящими от физического существования индивидов, которые эти позиции занимают).

Кроме всего прочего, гендерный подход включает вопрос о том, могут ли выбор и интерпретация медиа-дискурса привести к каким-либо изменениям, став частью сопротивления женщин в социальной ситуации, которая до сих пор характеризуется структурным неравенством. Обоснованным представляется утверждение, что гендерно насыщенная культура вызывает разные отклики и что гендерные различия приводят к альтернативным способам восприятия значений медиа.

Медиа-дискурс телевидения и глянцевого печатных изданий подтверждает, сохраняет и укрепляет представление о том, что полоролевое разделение представляет собой константу человеческой жизни, т. е. выступает как закрепленная идентичность. Абсолютно новые возможности открывает в этом отношении виртуальный мир сети Интернет.

Интернет не просто эффективный инструмент коммуникации. Нельзя недооценивать его огромную роль, вклад в социальные трансформации, в корне изменившиеся условия социального бытия. Это, безусловно, технология, но это технология, тесно связанная с процессами социализации, социальной

адаптации, это мощный агент влияния на «биографический проект» современного индивидуума. Интернет меняет природу культурного воспроизводства. Возникает новая индустрия социальных связей. Сеть порождает новые формы взаимодействия людей и расширяет границы заданных идентичностей. В социальных сетях люди как бы конструируют себя, меняют или изобретают заново свою идентичность (так, например, в условиях полной анонимности можно играть и манипулировать внешностью, возрастом, полом, социальным статусом, национальной принадлежностью и т.д.)

Характерные особенности массовых коммуникаций в сети Интернет:

1. Общение в виртуальном пространстве — это свободная игра, манипуляция идентичностями (по большому счету, это как бы *актерская игра*, в ходе которой информант представляет себя в более или менее выгодном свете, оставляя в тени то, что делает его облик менее привлекательным);
2. Уникальная возможность самопрезентации индивида, конструирование собственного «мифа»;
3. В отличие от реальной жизни, где идентичность задана рождением и социальным статусом, в виртуальной реальности возможно ее конструирование самим субъектом в рамках лингвистической коммуникации;
4. Специфические формы взаимодействия в социальных сетях оказывают более сильное влияние на установки и модели поведения, чем традиционные социальные факторы (типа реальной групповой принадлежности);
5. К числу важнейших вкладов сети Интернет в архитектуру социальных связей относится появление новых «комьюнити» (сообществ), в которых прослеживаются черты реального сообщества, включая взаимодействие, общие цели, чувство принадлежности, разнообразные нормы и правила поведения с возможностью исключить или отвергнуть. Здесь существуют также свои ритуалы, церемонии, язык, этика и особые формы выражения.

Как уже было отмечено, одной из характерных особенностей Сети является уникальная возможность самопрезентации индивида. В отличие от реальной жизни, где идентичность задана рождением или статусом, процесс ее конструирования в виртуальной реальности возможен самим субъектом и происходит в рамках коммуникации.

Идентичность в виртуальном сообществе должна быть представлена, как минимум, именем и полом. И если в реальной жизни основной характеристикой идентичности также является этничность, т. е. расовая или национальная принадлежность, то в интернет-сообществах главенствующая роль отводится гендеру. Гендерное тело воплощается с помощью гендерного текста, им же и ограничиваясь.

Интернет порождает возможности совершенно нового конструирования идентичности, что позволяет психологам определять его основное качество — виртуальность как непрерывное конструирование образа мира и образа человека. В этих новых условиях пол *должен постепенно исчезнуть* — так говорят со-

циологи и философы *постмодерна* (пространство постмодерна характеризуется ими такими ключевыми чертами, как социальная фрагментация, анархия культурных форм, разрушение субъекта, мозаичность культуры, постепенная полная аннигиляция социального). Так, Жан Бодрийар [7, с.175], описывающий постмодерн с точки зрения критики или гиперкритики, как он сам характеризует свой метод, с иронией замечает, что пролиферация (понимаемая как «избыточное разрастание») в кино, телевидение, журналы, рекламу, Интернет эротических образов свидетельствует о том, что пол и *конкретность отношений полов* окончательно уходит из человеческой жизни, и люди начинают вспоминать о нем, ностальгируя о том, чего уже больше нет. В личной жизни *нет отношений между мужчиной и женщиной* (в том смысле, как это было в традиционной модели), так как личной жизни тоже больше нет. Она все более переходит в область экранных коммуникаций. По Бодрийару, сексуальность, продуцируемая в средствах массовых коммуникаций, – это симулякр (копия без оригинала, подделка) и, как таковая, вообще враждебна отношениям между полами и даже исключает их.

Бодрийар рассматривает освобождение сексуальности как исчезновение пола из жизни и окончательное прощание с дуализмом, который был онтологической основой пола, основой гендерной метафизики на всех этапах истории эроса. Ни в одной из цивилизаций и культур никто не ставил под сомнение то, что производство нового человека требует двух – мужчины и женщины. Дуальность, которая соединяется, порождает нечто третье. Эта дуальность мира является его непреложным законом. Но, согласно Бодрийару, современный виртуальный мир заканчивает с этим «репрессивным предрассудком».

Согласно современным исследователям проблемы гендера, в постмодерне пол должен исчезнуть и как социальное (гендер), и как биологическое явление [3, с.543]. Так как в постмодерне как бессознательное, так и рассудок (логос) подлежат демонтажу, для гендера *не остается места*. Гендер – вызов для постмодерна, с которым он должен справиться [3, с.544].

«Справляется» он с этим следующими способами:

- релятивизацией гендера (возможность трансгендерных операций придает полу игровой и амбивалентный характер);
- внедрением стиля unisex, предлагающего товары и одежду для лиц обоих полов без различия.

Релятивизация гендера не только означает возможность поменять пол, но в принципе отменяет пол как структуру и в социуме, и в психологии, поскольку половой дифференциал стирается и его структурализация превращается в нечто излишнее и необязательное. Меняя гендерные роли один и тот же «малый человек» отдает себе отчет, что за этой игровой дуальностью стоит только общее и нерасчлененное желание, то, что Фуко называет диспозитивом сексуальности, предшествующим делению людей по принципу пола [3, с. 544]. Общая для мужчин и женщин недифференцированная и никак не ори-

ентированная сексуальность и ее символизация (прежде всего в пространстве массовых коммуникаций) становятся заменой гендерных стратегий. Гендер отменяется как явление, сексуальность приобретает недифференцированный постсоциальный характер.

Вот этот тезис об «исчезновении пола» перекликается с пророчеством-метафорой Мишеля Фуко (которым он заканчивает свою книгу «Слова и вещи») об «исчезновении человека» (здесь имеется в виду не исчезновение человека как биологического вида, в этом качестве мы еще некоторое время, возможно, просуществуем, а как носителя высоты духа и свободы воли – того, что «делает человека человеком»): «Человек исчезнет, как исчезает лицо, начертанное на прибрежном песке...» [8].

Общество постмодерна, каким описывают его крупнейшие социальные мыслители XX века, принадлежит к настоящему только отчасти, оно реализовано лишь фрагментарно. В значительной степени это апокалипсические *предчувствия*, описания того, к чему однажды могут привести те социальные процессы, которые сегодня уже запущены (и инструментально, технологически реализуются через систему массовых коммуникаций) и развиваются по инерции по своим траекториям.

### *Литература*

1. Сорокин П. Система социологии. - М., 2008.
2. Дюркгейм Э. Социология. Ее предмет, метод, предназначение. М., 1995.
3. Дугин А. Социология воображения. – М., 2010.
4. Дугин А. Постфилософия. - М., 2009.
5. Черных А. Мир современных медиа. - М., 2007.
6. Бурдые П. О телевидении и журналистике. - М., 2002.
7. Бодрийяр Ж. Общество потребления. – М., 2006.
8. Фуко М. Слова и вещи. – СПб., 1994.

А. Ш. Крупеникова<sup>1</sup>

## **СОЦИАЛЬНАЯ СОЛИДАРНОСТЬ И МОРАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ В КОНТЕКСТЕ СОЦИОЛОГИИ ЭМОЦИЙ (БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ ОБЗОР)**

С самого начала становления социологии как самостоятельной обществоведческой дисциплины тематика солидарности имела все основания претендовать на статус одного из важнейших направлений социологических ис-

<sup>1</sup> **Крупеникова Лейла Шамильевна**, кандидат социологических наук, старший научный сотрудник Северо-Кавказского НИИ экономических и социальных проблем Южного федерального университета.