

А. В. Щекотуров
ГЕНДЕРНЫЕ САМОРЕПРЕЗЕНТАЦИИ ПОДРОСТКОВ
НА СТРАНИЦАХ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»

ЩЕКОТУРОВ Александр Вячеславович – аспирант Национального исследовательского университета – Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, alexsanya@mail.ru.

Анализируются практики гендерных саморепрезентаций подростков на страницах самой популярной социальной сети «ВКонтакте». Рассмотрены особенности их визуальных саморепрезентаций, представления о способах «разыгрывания гендера» своим и противоположным полом, собственные предпочтения в оформлении гендерно соответствующей страницы на сайте «ВКонтакте».

Ключевые слова: гендерные саморепрезентации, «ВКонтакте», «подросток», виртуальный образ, аватар, гендерные представления и предпочтения.

Самым популярным для российских подростков является сайт «ВКонтакте» («ВК»), на котором только в Нижнем Новгороде зарегистрированы свыше 130 000 человек в возрасте от 14 до 18 лет (<http://vkontakte.ru> от 17.02.2012 года), причем подавляющее большинство пользуются им ежедневно. Пользовательская страничка (профиль) позволяет составлять информацию о себе и находиться на связи с другими людьми, искать и слушать любимую музыку, смотреть фильмы, обмениваться видео, фотографиями, изображениями и афоризмами. Все опции сайта, начиная с возможности выкладывания информации о себе, фотографии профиля (аватара) и заканчивая приватностью, настраиваемы. Как и зарубежные авторы, изучающие аспекты представления себя на таких социальных сетях, как MySpace, мы предполагаем, что «ВК» формирует определенный культурный контекст, в котором социальное взаимодействие и самопрезентация создают и развивают новые возможности для рефлексии и экспериментирования как с реальной, так и с виртуальной идентичностью [9, р. 446]..

Пространство сайта в силу его определенных свойств (относительной анонимности, дистанционного общения) предоставляет возможность использовать практически любые гендерные репрезентации для создания своей виртуальной стороны личности.

Развивая мысль И.С. Кона о том, что «в среде сверстников ребенок испытывает себя как представителя пола, «обкатывает» полученные в семье гендерные стереотипы и корректирует их в самостоятельном, не регламентируемом взрослыми общении» [3, с. 230], логично предположить, что именно подростки в большей степени заинтересованы в создании собственного виртуального круга общения, поскольку авторитет семьи начинает уступать значимости группы сверстников в условиях популяризации социальных сетей в Интернете.

Подростки нуждаются в поиске внесемейных знаний об особенностях гетеросексуальных отношений, оттачивании навыков эффективных и эффективных гендерно-нормативных моделей поведения.

Подростки активнее, чем в повседневной жизни (оффлайн) вовлечены в процесс развития своей гендерной социализации, т.е. усвоения норм, правил и установок, которые общество традиционно приписывает мужчинам и женщинам. Сходной точки зрения придерживается Дж. Арнетт, который в своей работе дает типологию и анализирует причины использования подростками средств массовой информации и коммуникации [6]. Другие исследователи отмечают, что виртуальное взаимодействие облегчает самораскрытие и формирование доверительных отношений, способствует выражению искренних чувств человека [8]. Гендерные и сексуальные паттерны являются главной составляющей онлайн-общения среди подростков и юношей. Например, выдуманные имена пользователей социальной сети, а также аватар, призванный заменить физическую внешность обладателя страницы, довольно часто гендерно маркированы и сексуально подчеркнуты, чтобы привлечь внимание потенциального сексуального партнера [10]. Таким образом, процессы усиления самосоциализации и актуализации гендерной социализации подростков в социальной сети представляют значительный интерес для социологического исследования.

Попытаемся рассмотреть и объяснить особенности изображений себя как девушек или юношей на страницах социальной сети «ВКонтакте», анализируя их реальные практики репрезентации на фотографиях, представления о способах «разыгрывания гендера» своим и противоположным полом, собственные предпочтения в оформлении гендерно соответствующей страницы на сайте «ВК».

В качестве методологии был выбран драматургический подход Ирвина Гофмана в работе «Представление себя другим в повседневной жизни» [2]. Суть его теории сводится к тому, что каждый индивид при взаимодействии стремится «управлять впечатлением». Разыгрывание роли происходит либо на «переднем плане», месте, где происходит та часть представления, которая действует довольно устойчиво и обобщенно, определяя ситуацию для тех, кто наблюдает за представлением, либо в «закулисной зоне» – там, где могут проявляться скрывающиеся на переднем плане факты или неформальные действия. В соответствии с его концепцией, можно предположить, что наша повседневная жизнь, или оффлайн является авансценой или «передним планом», тогда как представление себя в социальной сети, или онлайн служит нам «закулисной зоной». Описываемые выше возможности виртуальной реальности позволяют конструировать иной образ себя, несколько отличный от формального и устойчиво воспроизводимого в повседневной жизни. Более того, при первом приближении можно увидеть, что и сама организация сайта «ВК» способствует разделению на эти две зоны, поскольку там существует место для публичной переписки и обмена новостями (так называемая «стена»), а также возможность писать приватные сообщения, используя функцию «личные сообщения». Таким образом, положения концепции Гофмана логично встраиваются в анализ конструирования виртуального образа.

В пилотном проекте исследования приняли участие 52 подростка (20 юношей и 32 девушки) в возрасте от 14 до 17 лет (с восьмого по одиннадцатые классы) из четырех школ Нижнего Новгорода. Попадание их в выборку было случайным, они являются представителями разных школ, классных коллективов, социальных групп и географических территорий, что значительно повышает валидность данных. Каждый из них зарегистрирован в социальной сети «ВКонтакте» от одного года до четырех лет (средний стаж – 2,5 года). Мы

проводили исследование с применением онлайн методов, используя сайт «ВК». На сайте было создано сообщество с целью привлечения подростков и организации процедуры проведения исследования. Для получения данных и работы с ними использовались групповая on-line дискуссия и глубинное on-line интервью с информантами. На первом этапе проведено девять групповых on-line дискуссий, которые были организованы в сообществе, по принципу фокус-групп и длились от полутора до двух часов. Суть вопросов на этом этапе сводилась к установлению особенностей использования данной социальной сети, ее значимости в жизни подростков. Количество участников одной дискуссии варьировалось от пяти до девяти человек. Время и день их проведения был заранее согласован со всеми участниками. После окончания каждой дискуссии все ответы копировались на компьютер и удалялись со «стены» сообщества, чтобы последующие участники не могли видеть ответы предыдущих. После того как все участники прошли групповую on-line дискуссию, им было предложено принять участие во втором этапе исследования, которое проводилось с помощью так называемого глубинного on-line интервью. Его специфика заключалась в том, что респондент давал ответы непосредственно исследователю уже без оглядки на мнение других отвечающих. Подобное тет-а-тет интервью проводилось через личные сообщения на сайте «ВК» и длилось также час-полтора. На этом этапе вопросы были другого характера, с их помощью предполагалось определить специфику конструирования виртуального образа подростка.

Считается, что качественная методология является более адекватной при изучении как Интернета [1], так и гендерных особенностей коммуникаций [4], поскольку именно её применение позволяет увидеть и спрогнозировать латентные, скрытые от количественного наблюдения, социальные феномены.

При проведении социологических и маркетинговых исследований использование on-line методов постепенно увеличивается. Уже накоплен значительный опыт и отечественными исследованиями, который представлен в частности в книге «Онлайн исследования в России 2.0». В целом все авторы приходят к выводу, что процент брака, связанный с дистанционным (опосредованным компьютером) участием респондента, невелик и в основном распространяется на количественные методы сбора информации [5]. Это подчеркивает достоверность результатов настоящего исследования и возможность для автора поделиться своим опытом в отношении преимуществ и недостатков применяемых методов.

Преимущества групповой on-line дискуссии и глубинного on-line интервью:

- 1 Сами информанты выбирают удобное время и день опроса.
- 2 Участие, опосредованное компьютером, позволяет респондентам раскрепоститься и сконцентрироваться на вопросах, не заботясь о своем внешнем виде и реакции со стороны других участников.
- 3 Письменный ответ способствует более точному формулированию мыслей, нежели ответ в устной форме.
- 4 Возможность вести дискуссию, отвечая на вопрос, вовлекает самих подростков в исследуемую проблему, снимает чувство усталости.
- 5 Письменная форма дискуссии в большей степени позволяет исследователю контролировать присутствие и качество ответов каждого респондента.
- 6 Последовательность в применении методов дискуссии и интервью не позволяет угаснуть заинтересованности подростков, а скорее наоборот, подчеркивает

- значимость их ответов для исследователя, что способствует дальнейшему раскрытию респондентов.
- 7 Глубинное on-line интервью позволяет уделить больше внимания деталям и примерам, которые могут приводить отвечающие, сама атмосфера относительно анонимного (вне личного знакомства) тет-а-тет общения рождает определенную интимность, доверительность при проведении опроса.
 - 8 On-line методы позволяют получить информацию от весьма занятой, энергичной и «вольной» категории людей, которых трудно организовать в повседневной жизни (к ним относятся и подростки), но к которым есть доступ в виртуальной среде.
 - 9 Сравнительная легкость в обработке данных: все ответы уже представлены в виде стенограммы.
 - 10 Формат сайта «ВКонтакте» позволяет организовывать и проводить как дискуссию, так и глубинные интервью.

Недостатки групповой on-line дискуссии и глубинного on-line интервью:

- 1 Респондент, часто сам того не планируя, в силу различных обстоятельств не может продолжить участие в опросе и покидает сайт. Возможность продолжить отвечать на вопросы может появиться лишь через несколько дней.
- 2 Опосредованное компьютером участие в опросе не всегда позволяет контролировать «чистоту эксперимента», респонденты могут отвлекаться.
- 3 Письменный формат ответов, хотя и способствует четкому формулированию мыслей, но затрудняет набор длинных ответов, поэтому в режиме дискуссии может присутствовать ощущение недосказанного.

Результаты и их обсуждение

В своих ответах подростки (преимущественно юноши) далеко не всегда подчеркивают значимость аватара для их виртуального образа, он всегда взаимозаменяем и отражает лишь временные изменения настроения. Это правило распространяется и на тех, кто предпочитает ставить картинки вместо своей фотографии.

«Ищу какую-нибудь интересную фотографию и ставлю» (юноша, 14 лет).

«Если получился хорошо, то и ставлю» (юноша, 15 лет).

«Ничего подчеркнуть не хочу, просто ставлю картинку, которая нравится. Свою фотографию никогда не ставила и не хочу, не вижу в этом смысла!» (девушка, 15 лет).

«Так просто, чтоб в лицо знали» (юноша, 16 лет).

С помощью аватара можно также рассказать о своем настроении.

«Если все не очень хорошо, то ставлю понравившуюся картинку. Если нормально, то стоит моя фотография, которая понравилась из последних» (девушка, 16 лет).

«В зависимости от настроения, желания показать себя или просто выразить интерес к тому или иному своему увлечению» (девушка, 14 лет).

«Лично я выбираю [фотографию], чтобы все посмотрели на неё и оценили» (девушка, 14 лет).

Основными аргументами для выбора фотографии для аватара стали ее новизна, оригинальность и удачно сделанный кадр. Были обнаружены определенные гендерные особенности при композиции аватаров. Фотографии девушек отличаются большей вычурностью, они более художественны, сделаны на красивом фоне. Юноши заинтересованы показать связь со своим любимым делом, рассказать о событии, в котором им удалось принять участие, нередко встречаются фотографии в компании друзей. Выдвинутые утверждения подкрепляются наблюдениями самих подростков:

«Я всегда пытаюсь подбирать интересные места с красивыми пейзажами» (девушка, 16 лет).

«Мои аватары в основном связаны со спортом. Я ведь спортсмен» (юноша, 14 лет).

Главная фотография профиля способствует выражению подростками той социальной и гендерной роли, которую он предпочитает играть, передает настроение и личностные убеждения, взгляды, отражает динамику их изменений. Гендерно нейтральными характеристиками обладают не несущие гендерного смысла аватары – картинки и фотографии, не подчеркивающие полоролевые аттитюды. Примечательно, что ряд респондентов не старается выделить свой аватар с точки зрения соответствия традиционным гендерным представлениям, но подмечают это у других пользователей, подозревая, что «особый» гендерно подчеркивающий формат фотографии будет служить одним из ключевых факторов для достижения цели (например, знакомства). Объяснение этому можно найти у Гофмана, который говорит, что «социальный передний план, как правило, институционализируется в виде обобщенных стереотипных ожиданий» [2, с. 59]. Роль аватара в гендерной социализации подростка заключается в том, что с помощью него конструируется образ, который создает желаемое подростком впечатление для аудитории. Основа для создаваемого впечатления может находиться как в опыте, приобретенном в повседневной жизни, так и в экспериментировании со своей виртуальной идентичностью.

Когда респонденты выступали в роли наблюдателей за способами виртуальной репрезентации своего и противоположного пола, девушки и юноши подмечали гендерно маркированные особенности:

«У девушек на фотографиях наклон головы, поднадутые губы, так скажем, вытаращенные глаза, для большей выразительности! Мальчики обычно встают в какие-то странные позы, означающие какой-то вызов, пафос» (девушка, 16 лет).

«Девушки пытаются привлечь внимание, на аватарах часто сильно накрашены, парни, наоборот, закрыть лицо стараются черными очками, например. Девушкам хочется, чтобы все считали их красивыми и наверно ищут новых знакомств, вот и используют косметику» (юноша, 16 лет).

«Парни хотят показать свою крутость, а девушки нежность» (девушка, 14 лет).

Конструируя свои виртуальные репрезентации, подростки активно вовлекаются в процесс воспроизводства определенных гендерных эталонов и моделей, существующих в

повседневной жизни. Их гендерные репрезентации, выступая механизмами гендерной социализации, определяют особенности композиции аватаров в социальной сети.

Следующей возможностью для управления впечатлением аудитории может служить личная информация, размещенная на страничке. Анализ содержания профилей (анкеты с информацией о себе) подростков свидетельствует, что здесь на первое место выходят не гендерные особенности композиции страниц, а желание показать свои качества как уникальной личности, свободной от гендерных предрассудков. Следующие примеры демонстрируют, что и ожидания подростков относительно того, как следует оформить страницу юношам и девушкам, в целом не подчеркивают гендерную специфику:

«Существенной разницы между оформлением страницы девушкой и парнем я не назову, но мне нравится, когда как-то выражают своё мнение, у парней нравится, когда пропагандируют здоровый образ жизни, у девушек мне часто не нравится огромное множество статусов из различных групп и страниц» (девушка, 16 лет).

«Как душе угодно, так и оформляют. Вообще без разницы. Не имеет никакого значения» (девушка, 17 лет).

«Это вопрос, который каждый должен решать сам в зависимости от своего мировосприятия» (юноша, 16 лет).

«Мне кажется, что особых различий между этими страницами не должно быть, ну если только аватары разные. Это нужно, чтобы не акцентировать на различиях между парнем и девушкой» (девушка, 14 лет).

«Девушке следует по минимуму выкладывать свои фотографии, так как должна быть какая-то недосказанность, что ли, это заинтересовывает, так же по минимуму заполнена личная информация. Чтобы вызывало интерес, но не раскрывало тебя полностью, иначе не о чем будет лично пообщаться. Насчёт парней то же самое» (девушка, 16 лет).

Однако не может не быть исключений, поскольку основа гендерных представлений закладывается в повседневной жизни, часть которых воспроизводится в виртуальной:

«Девушка: больше фотографий, меньше цензуры, быть загадочной (не расписывать все о себе в информации на 2 тома). Парень: ну они не любят заполнять информацию о себе, да в принципе и не надо, меньше всяких цитат и т.д.» (девушка, 16 лет).

«У девушки - чтобы было всё оригинально, это же девушка.. а парень как захочет...» (девушка, 14 лет).

Сами подростки признаются, что с момента регистрации они удалили большую часть информации, потому что никто не обращает на нее внимание. А на вопрос «Какие, на Ваш взгляд, опции сайта наиболее способствуют выражению Ваших представлений о себе и взглядах на мир?» большинство ответили в такой последовательности: группы, цитаты, фотографии, музыка и статус.

Онлайн сообщества позволяют подросткам в безопасной среде исследовать собственную личность, завязывать отношения и разделять свои чувства. Используя терминологию Гофмана, группы, цитаты и т.д. являются «знаковыми средствами выражения»,

поскольку даже если пользователи сайта не знакомы с человеком, они могут по его облику и этим опциям «подобрать некоторые ключи», которые позволят им «применить к нему свой предыдущий опыт общения с приблизительно похожими людьми, или что более важно, использовать еще не проверенные стереотипы» [2, с. 32].

И поскольку цель гендерных репрезентаций, как и цель исполнителя в оффлайн – «поддерживать определение ситуации, представляя этим свою заявку на то, чем является для него реальность» [2, с. 121], то особое внимание следует уделить цитатам, поскольку практически каждый респондент отметил для себя их высокую значимость. С помощью цитат подростки выражают свое настроение, мировосприятие, хотят выглядеть более умными, образованными и начитанными. Если говорить о гендерной специфике, то она является продолжением той линии, которую выбрал подросток при конструировании своего виртуального образа. В данном контексте, если подросток желает подчеркнуть какое-либо качество, традиционно воспринимаемое как мужское или женское, он предпочтет разместить цитату из книги, афоризм или мысль какого-либо авторитетного писателя, ученого. Ниже приводятся примеры высказываний информантов, демонстрирующие, что цитаты могут также означать принципы, нормы и идеалы, которыми они могут пользоваться в повседневной жизни:

«Цитатой я могу выразить свою точку зрения» (юноша, 14 лет).

«Могу поставить цитату, которая понравилась и отражает какие-то мои идеи. Могу обращение какое-то, впечатления, воспоминания...» (девушка, 15 лет).

Однако существуют практики цитирования того, что может не соответствовать действительному поведению или восприятию, т.е. содержать идеализированное или искаженное представление о каком-либо социальном факте. Подобные ситуации встречаются и в оффлайн: «Когда индивид представляет себя перед другими, его исполнение будет реально проявлять тенденцию к воплощению и подтверждению собственным примером общепринятых ценностей данного общества в гораздо большей мере, чем это делает его поведение в целом» [2, с. 68]. При этом расхождение между идеализированными цитатами, информацией о себе в онлайн (поведением в оффлайн) и личной перепиской («закулисной» коммуникацией в повседневной жизни) создает возможность для разрушения впечатления, что в обоих случаях порождает недоверие между коммуникаторами.

«Все вруны и лицемеры, только близкие друзья скажут правду при общении вживую» (девушка, 16 лет).

Подростки с двух-трехлетним стажем пользования сайтом считают более информативными цитаты и фотографии, чем графы, сообщающие об их интересах и убеждениях. Для девушек аватар и фотографии в альбомах являются ключом к пониманию человека. Они постепенно начинают уменьшать количество выкладываемой информации о себе, увеличивая количество и разнообразие своих фотографий. С помощью фотографий они ориентируются на представления о внешности современных девушек и парней, формируя тем самым для себя более-менее определенный образец, эталон женской и мужской красоты, начинают сравнивать себя с ним.

«В основном не читаю информацию о человеке, а смотрю его фотографии. Считаю, что по ним можно гораздо больше сказать» (девушка, 17 лет).

«Раньше я тупо прокручивала странички других людей, сейчас я очень много времени трачу на фотку. Исключительно сижу на страницах фотографов и т.д.!» (девушка, 16 лет).

«Фотографии выражают все» (девушка, 15 лет).

«Я хочу раскрыть себя, чтобы взглянув на аватарку, можно было понять, что я за человек» (девушка, 14 лет).

«С момента регистрации изменилось много. Я убрала всю информацию типа интересов и так далее, убрала места, фотки обновляю, слишком старые удаляю... Как появляются новые фотки, так и меняю, а если их долго нет, то из старого что-нибудь выбираю» (девушка, 15 лет).

«Я стараюсь, чтобы лицо было выделено, потому что считаю, что главное, что должен видеть незнакомый человек - это лицо, остальное не столь важно» (девушка, 14 лет).

А. Манагоу и М. Грэхем говорят об «овеществлении себя через публичное представление» на странице социальной сети MySpace» [9, р. 449]. Как и в случае виртуальных репрезентаций на MySpace, российские девушки также стремятся подчеркнуть свой внешний вид, вынуждая тем самым парней рассматривать их как объекты. В современной литературе такие процессы часто описываются в терминах теории объективации, согласно которой западные общества сексуально объективируют, овеществляют женское тело. Женщины постоянно чувствуют, что их воспринимают как вещи, постоянно оценивают и используют в индустрии развлечений и рекламе. Средства массовой информации все время посылают обществу, и прежде всего самим женщинам, сигналы, что женщин нужно оценивать не по тому, кем они являются, а по тому, как они выглядят. Популярный в массовой культуре идеал худощавой красоты побуждает думать, что если девушки захотят быть положительно оценены другими, они обязаны соответствовать этому идеалу. Мнение, что женщин нужно оценивать по тому, как они выглядят, усваивается и принимается самими женщинами. Этот процесс, в результате которого индивиды начинают думать, что они действительно являются объектами или товарами, подлежащими разглядыванию и оцениванию, Фредриксон и Робертс называют самообъективацией. А самообъективация, в свою очередь, порождает беспокойство о внешности, телесный стыд, депрессию, неудовлетворенность своим телом, пониженное самоуважение и т.д. [7].

Заключение

Для изучения практик гендерных саморепрезентаций подростков в сети Интернет была использована наиболее популярная социальная сеть «ВКонтакте», предоставляющая уникальные в своем роде возможности конструирования виртуального образа. Исследование обнаружило, что визуальный формат гендерных саморепрезентаций носит временный характер, взаимозаменяем и отражает динамику изменений в повседневной жизни подростка. Использование аватаров, обновление фотоальбомов позволяет не только создавать и управлять желаемым впечатлением аудитории (посетителей страницы), но и получать возможные замечания и комментарии, в определенной степени регулирующие

гендерную нормативность. Саморепрезентации выступают новым механизмом гендерной социализации современных подростков. Анализ предпочтений подростков в оформлении гендерно соответствующих страниц на сайте «ВК» показал отсутствие значимости следования гендерным образцам, они не намерены пускать традиционные гендерные стереотипы в моделирование своей жизни в виртуальном пространстве, отдавая предпочтение гендерному эгалитаризму.

Литература:

- 1 Аладышкина А.С. Современное интернет-сообщество : соц.-стратификац. анализ : дис. ... канд. социол. наук. Нижний Новгород, 2006.
- 2 Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. М. : КАНОН-пресс-Ц : Кучково поле, 2000
- 3 Кон И.С. Ребенок и общество. М. : Академия, 2003.
- 4 Малышева М. М. Анализ качественных данных в гендерных исследованиях // Гендерный калейдоскоп. М. : Academia, 2001. С. 146-168.
- 5 Онлайн исследования в России 2.0 / под ред. Шашкина А.В., Девятко И.Ф., Давыдова С.Г. М. : Северо-Восток, 2010.
- 6 Arnett J. Adolescents' uses of media for self-socialization // Journal of youth and adolescence. 1995. Vol.24. No.5. P. 519-533.
- 7 Fredrickson B.L., Roberts T.-A. Objectification theory: toward understanding women's lived experience and mental health risks // Psychology of women quarterly. 1997. Vol. 21. P. 173-206.
- 8 McKenna A., Bargh, J. Plan 9 from Cyberspace : the implications of the Internet for personality and social psychology // Personality and social psychology review. 2000. Vol. 4 P. 57-75
- 9 Self-presentation and Gender on MySpace / Manago A., Graham M., Greenfield P., Salimkhan G.// Journal of applied developmental psychology. 2008. Vol. 29.
- 10 Subrahmanyam K., Greenfield P., Tynes B. Constructing sexuality and identity in an internet teen chat room // Journal of applied developmental psychology. 2004. Vol. 25. P. 651-666.