

## **КОНСТРУИРОВАНИЕ ВИРТУАЛЬНОЙ ГЕНДЕРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ ПОДРОСТКОВ НА СТРАНИЦАХ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»**

Формирование современного информационного общества во многом обусловлено технологическим совершенствованием сети Интернет. Только с возникновением широкополосного Интернета и технологий, называемых web 2.0 (2005—2006 гг.), почти у каждого пользователя Сети появилась возможность индивидуальных настроек сайта и создания личной «пользовательской» зоны (личные файлы, фотографии, видео, блоги и т. п.). Новые технологии способствовали использованию сайтов в качестве коммуникативных площадок. Стали появляться так популярные сегодня социальные сети. Исследователи интернет-коммуникации отмечают, что одной из основных функций нового веба становится социализация [5].

Становление информационного общества также связывается с интерактивным характером современных информационных технологий. Е. П. Белинская отмечает, что в современном мире основную ценность имеет не столько интенсификация информационных потоков, сколько возможность пользователей информации активно в них участвовать [2].

Виртуальная коммуникация в силу ряда объективных технологических особенностей (анонимность, дистантность, отсутствие маркеров телесности) создает для пользователя максимальную свободу в самоопределении и непосредственном самоконструировании. В таком случае фундаментальным вопросом становится поиск и обретение идентичности в виртуальном пространстве.

В данной статье предложена новая трактовка виртуальной идентичности, вводится понятие виртуальной гендерной идентичности. Оба феномена проходят верификацию на примере анализа способов конструирования виртуальной гендерной идентичности подростков на страницах социальной сети «ВКонтакте». Исследование сосредоточено на подростковом возрасте как возрасте активного самоопределения, развития самосознания и поиска альтернатив развития. Виртуальный мир органично встраивается в их жизнь и даже позволяет решать такие проблемы, связанные с идентичностью, как ее развитие, когда общение со сверстниками, обратная связь помогают сделать более ясным представление о себе; формирование интимного пространства, где подростки могли бы делиться своими переживаниями, раскрываться друг перед другом [18]. Социальная сеть «ВКонтакте» является самой популярной для российских подростков: только в Нижнем Новгороде в ней зарегистрировано свыше 140 000 че-

людей в возрасте от 14 до 18 лет (по данным сайта <http://vk.com> от 02.09. 2012 г.) и подавляющее большинство пользуется ею ежедневно.

В современном научном дискурсе существует два основных подхода, определяющих понятие виртуальной идентичности. Первый из них базируется на утверждении о том, что виртуальная идентичность — это самостоятельная категория анализа, самостоятельный субъект существования, наделенный отличными от реальной идентичности признаками и являющийся продуктом исключительно пространства Интернета. Другими словами, «только Интернет помещает нас в сферу чистого самоконструирования, когда мы есть то, что мы пишем» [8, с. 89], «виртуальная личность — когда пользователь действует под именем, которое отличается от его реального имени, и сам констатирует факт такого отличия» [9, с. 64].

При втором подходе виртуальная идентичность понимается как определение себя частью некоего виртуального сообщества на основе атрибутов, признаков и символов, тождественных своему реальному «Я». Иначе говоря, здесь уже рассматривается «перевод на компьютерный» набор существующих представлений о собственной индивидуальности и поиск в компьютерной среде таких данных [10].

Исходя из этих теоретических концепций выделяют и основные причины создания виртуальной личности: мотивационные (виртуальная личность выступает как компенсация реальной социализации) и «поисковые» (виртуальная личность создается для расширения уже имеющихся возможностей реальной социализации, получения нового опыта) [9, с. 65]. В связи с этим ряд исследователей говорят об определенных рисках в создании виртуальной идентичности. Так, С. Теркл, определяя Интернет как «технологии идентичности», видит опасность в критическом искажении «онлайн-Я» или его полном отделении от «Я-реального», при этом их интеграция, напротив, может вести к личностному и социальному развитию [20].

Однако, как справедливо отмечает Е. П. Белинская, в большинстве случаев исследователи склоняются к мысли о компенсаторном характере виртуальной личности. Последняя представляет собой «максимально управляемую самопрезентацию, призванную скомпенсировать те или иные сложности, испытываемые пользователем в реальном взаимодействии» [3].

На наш взгляд, представленные выше определения виртуальной идентичности излишне психологически маркированы, определяют ее через категории анализа личности и мотивационно-потребностной сферы. Более точное понимание этого феномена нуждается в социологической корректировке.

С социологической точки зрения понятие «идентичность» всегда задается в рамках определенной системы социальных координат через принадлежность или тождественность членству в различных социальных группах и общностях, поэтому выделяют, например, городскую/сельскую идентичность, профессиональную, гендерную и т. д. Это отражено во всех социологических теориях. В структурно-функциональном подходе процесс социальной идентификации понимается как процесс усвоения элементов социальной системы [13]. Феноменологический подход указывает на присутствие как минимум двух участников в становлении идентичности: индивида и группы, которая может подтверждать или не подтверждать членство индивида в группе, а индивид может внешне проявлять или не проявлять приверженность группе через воспроизводство оп-

ределенных моделей поведения [7, 11, 15]. Постмодернизм подчеркивает в идентичности ее неустойчивость в аспекте зависимости от социального контекста, проявляющуюся в проблеме выбора того или иного жизненного пути, группы для соотнесения [17].

Исходя из социологической трактовки понятия «идентичность», а также поскольку информационно-коммуникативный виртуальный мир, в отличие от мира реального социального бытия, принципиально безграничен, неструктурирован, свободен в плане категоризации любого социального объекта, процесс виртуальной идентификации видится в поиске и конструировании границ своего «онлайн-Я». Конечный результат этого процесса — виртуальная идентичность будет зависеть от того, какие границы (этнические, профессиональные, половозрастные, сексуальные, социальные и пр.) человек выберет. Таким образом, более универсальным и применяемым может быть *определение виртуальной идентичности как символического поля практик самопредставления, тождественного границам выбранной системы социальных значений виртуального пространства*. Например, виртуальная идентичность, созданная на сайте для знакомств, будет отличаться от виртуального образа, представленного в чате, игровом или музыкальном сайте, той системой заданных социальных значений, т. е. ресурсов сайта (личная информация и т. п.), которые предпочтет пользователь.

Однако нельзя говорить о виртуальной идентичности как о чем-то завершенном. Процессы идентификации протекают постоянно, динамика практик самопредставления с помощью символов продолжается, а пользователь, находясь в границах определенного виртуального пространства (сайта), может переставлять акценты с выбранных социальных значений. В определенном смысле виртуальная идентичность представляет собой некий гештальт, находящийся в постоянном движении.

Следует подчеркнуть, что виртуальная идентичность имеет такие характеристики, как множественность, пластичность, текучесть, перформативность; теоретики постмодернизма говорят о коллажной, мозаичной идентичности (как в виртуальном, так и в реальном мире), которую можно разобрать, как пазл, а потом создать по-новому или же просто воссоздать то, что было [6]. В данном контексте особого внимания заслуживает феномен социальных сетей в Интернете, поскольку они обладают гораздо большим, разнообразным и практически безграничным потенциалом социальных значений, которые делают возможным использование различных практик самопредставления через символическое означивание. Благодаря этому у большинства людей, имеющих свой аккаунт, две реальности — виртуальная и обыденная — в ценностном плане действительно представляют собой единое пространство их жизни.

Научное осмысление ресурсности сайтов социальных сетей, их возрастающей популярности еще только начинает формироваться, особенно это касается отечественных исследований. Современные возможности виртуальных профилей позволяют детально разработать и выразить самые различные аспекты своей личности. «Преодолевая физические ограничения, публичные презентации представляют собой новый механизм реализации экспериментальных задумок со своей идентичностью» [19, р. 454].

Исследуя конструирование идентичности на другой зарубежной социальной сети — Facebook, авторы выводят основной мотив регистрации из потреб-

ности быть воспринятым социально желательным. Развивая концепцию «быть желанным в своей возможной идентичности» (hoped-for possible selves), авторы определяют ее как социально желаемую идентичность, которую индивид, по своему твердому убеждению, мог бы создать при подходящих обстоятельствах в реальном мире. Например, благодаря различным опциям сайта у стеснительного человека есть возможность показать себя не таким скромным, но более привлекательным, приблизившись к образу своего «Я-идеального» [21].

К. О. Черняева пишет, что «социальные сети выступают как пиар-проект нашего времени: с их помощью пользователь конструирует и реконструирует свою идентичность, корректируя свой образ для Другого и для самого себя, что придает идентификации перформативный характер» [14, с. 10].

Таким образом, виртуальное пространство, и сайты социальных сетей в частности, актуализирует самоопределение и поиск границ своего Я — реального и виртуального.

Далее обратимся к центральной категории нашего анализа — созданию виртуальной гендерной идентичности. Изначально, при появлении средств интернет-коммуникации (конец 1980-х — начало 1990-х гг.), гендерная идентичность понималась весьма упрощенно и использовалась для уточнения пола в чатах и других формах электронного общения. Возникают даже специальные аббревиатуры: «a/s/l» (age, sex, location (англ.) — возраст, пол, местонахождение), «mof» (male or female (англ.) — мужчина или женщина), «sorg» (straight or gay (англ.) — натурал или гей), призванные прояснить идентичность личности в пространстве Интернета. Так, в ряде работ было установлено, что «неопределенная» идентичность часто является достаточно сильным коммуникативным барьером в электронной коммуникации и приводит ее к сбоям: было четко показано, что первым делом при общении уточняется половая принадлежность коммуникантов [12, с. 213—215]. Таким образом, феномен виртуальной гендерной идентичности еще сформулирован не был, гендерный компонент коммуникации означал прежде всего признак пола или категоризацию по полу.

В настоящее время выделяют *несколько подходов*, в рамках которых анализируется гендер в практиках конструирования виртуальной идентичности [4]:

— дискурсивный, когда гендер воспринимается по тому, как он конструируется из текстов и речи. С другой стороны, гендер сам по себе является социально конструируемым концептом — системой социальных смыслов, которые структурируют и предопределяют то, как мы смотрим на окружающий нас мир и воспринимаем его;

— этнометодологический, при котором первостепенное внимание уделяется тому, какие способы используют члены речевого сообщества, чтобы именно гендер структурировал их взаимодействие и был неотъемлемой частью окружающей их жизни;

— перформативный, когда гендер рассматривается как результат или следствие многократных перформативных действий, осуществляемых в рамках определенного культурного контекста. По мнению Т. В. Барчуновой, важным аспектом перформативной теории гендера является стремление объяснить, как происходит изменение идентичности, при котором идентичность понимается как практика означивания [1, с. 145];

— теория гендерных субкультур, которая применяется при изучении особенностей мужского и женского коммуникативных стилей, а также при анализе презентационных практик и виртуальной идентичности (словообразование псевдонимов в чатах, блогах, изучение лингвистического дизайна персональных веб-страниц и пр.);

— киберфеминизм, актуализирующий такие базовые понятия для всей гендерной теории, как виртуальный гендер, виртуальная идентичность, кибернасилие и пр. В связи с этим пересматриваются и приобретают дополнительные смыслы базовые термины гендерных исследований: мужественность, женственность, гендерный стереотип, гендерная роль и гендерная идентичность. Е. И. Горошко указывает на то, что безусловным отличием киберфеминизма от феминизма является предлагаемая им чрезвычайно расширенная палитра выборов женских самоидентификационных и презентационных практик [5, с. 364].

Следует отметить, что ни один из представленных подходов не рассматривает формирование виртуальной гендерной идентичности как комплексной и самостоятельной категории анализа. На наш взгляд, в условиях современного развития интернет-технологий нельзя отдавать предпочтение коммуникации как основному инструменту создания идентичности, скорее следует говорить о ресурсах, факторах и особенностях интернет-среды в этом процессе. Данное предположение, а также сформулированное выше определение виртуальной идентичности подчеркивают именно социологический характер дальнейшей интерпретации гендера в структуре виртуальной идентичности.

Как отмечалось выше, исследователи сходятся во мнении о том, что виртуальный гендер пластичен, динамичен и перформативен, поэтому имеет смысл рассмотреть виртуальную гендерную идентичность с позиции теории перформативности гендера, основоположником и наиболее ярким современным представителем которой является Дж. Батлер. Как и все феминистские теоретики, она исходит из того, что гендер — не стабильная категория, а исторически и локально обусловленная и, подобно другим идентичностям, является перформативным феноменом. Это означает, что он конструирует и утверждает себя в акте представления. Выступая за то, что нет никакой сущности первичней, чем действие, Дж. Батлер утверждает, что «не существует гендерной идентичности до и помимо проявлений гендера; эта идентичность перформативно конституируется теми ее “проявлениями”, которые считаются результатами ее существования» [2, с. 329]. Идентичность — это то, что вы делаете, как вы себя выражаете, а не то, кем вы являетесь.

Ю. В. Епанова в качестве важных следствий применения идей перформативной теории гендера Дж. Батлер при исследовании виртуальной идентичности видит два момента. Во-первых, снимается проблема истинности или ложности интернет-репрезентаций личности, поскольку вне этих репрезентаций идентичность просто не существует: мы есть только то, что мы репрезентируем. Во-вторых, подобный механизм является универсальным, а не ограничивается виртуальным пространством, что позволяет преодолевать рамки «своеобразной традиции экзотизации, весьма распространенной в рассуждениях как об Интернет в целом, так и об Интернет-репрезентациях личности в целом» [8, с. 91].

По мнению Дж. Батлер, «гендер не должен истолковываться как стабильная идентичность, гендер — идентичность, тонко конструируемая во времени и

институционализованная во внешнем пространстве посредством стилизованных повторений действий. Впечатление гендера создано с помощью стилизации тела и отсюда должно быть понято как привычный способ, с помощью которого телесные жесты, движения и манеры создают иллюзию неизменности гендерной самости» [16, p. 191]. Исходя из того как культура и общество наносят штрихи гендерного рисунка на «чистые», как белый лист бумаги, тела людей, так и пустые интернет-профили с нетронутыми настройками приватности ждут, когда их заполнит уже «гендеризованный» человек, возможно в соответствии со своими гендерными предпочтениями и интересами, а возможно, и наоборот. Следовательно, чем богаче инструментальная среда в границах одного пространства Сети, тем более применимы будут идеи Дж. Батлер: множество опций сайта, позволяющих выразить различные грани человеческой индивидуальности, создают больше условий для стилизации своей виртуальной страницы, тем самым воспроизводя узнаваемое впечатление гендера, как его понимает Дж. Батлер.

В настоящее время такими ресурсными сайтами являются социальные сети, позволяющие не только через коммуникацию, но и с помощью фото- и видеовозможностей себя репрезентировать. Принимая во внимание предмет настоящего исследования, единицей анализа, исследовательским полем и примером для применения теории перформативного гендера становится сайт «ВКонтакте».

Дж. Батлер пишет, что идентичность может быть только перформативной. Однако эта перформативность тщательно скрывается ритуальными практиками обязательной бинарной структуры и властными режимами мужского и гетеросексистского угнетения. Далее Дж. Батлер продолжает деконструкцию привычного гендерного порядка: «Поступки, действия и желание создают эффект внутренне присущего ядра или естества, но созданного на поверхности тела с помощью кодов-значений, которые предполагают, но никогда не обнаруживают организующие принципы идентичности как их причину. Подобные исполнения обычно рассматриваются как перформативные в том плане, что сущность или идентичность, которую они претендуют выразить, является выдумкой, сочиненной и подкрепляемой с помощью телесных знаков и других дискурсивных значений <...> это означает, что если реальность сфабрикована под внутреннее естество, сама идентичность является, бесспорно, эффектом или производной от публичного социального дискурса, публичного регулирования воображения с помощью поверхностной политики тела, контроля гендерных границ, которые отделяют внутреннее от внешнего и подобным образом устанавливают “целостность” субъекта» [16, p. 185].

Итак, разыгрывание идентичности неизбежно происходит в ситуации гендерно-асимметричных ориентиров с помощью телесных знаков соответствующего поведения. Экстраполируя данные идеи на виртуальное пространство, следует отметить следующие условия создания гендерной идентичности в Интернете: 1) каждый из составляющих компонентов, опций или социальных значений, участвующих в процессе самопредставления, должен иметь перформативный характер; 2) как и в случае со стилизацией тела, необходимо наличие признаков, позволяющих составить определенное впечатление о гендере пользователя (набор символических практик); 3) общим дискурсивным полем становятся «вынужденная», в терминологии Дж. Батлер, гетеросексуальная и гетеронормативная матрицы.

Следовательно, *под виртуальной гендерной идентичностью можно понимать тождественность виртуальной идентичности господствующим гендерно-стереотипным представлениям и ожиданиям в условиях современного общественно-исторического сознания.* Виртуальную гендерную идентичность можно классифицировать *по трем типам: нормативная* — гендерная идентичность пользователя Сети совпадает с его виртуальной идентичностью, *ненормативная* (или гендерная рокировка) — гендерная идентичность пользователя не совпадает с его виртуальной идентичностью и *«нулевая»* — отсутствие каких-либо признаков, маркирующих гендерную принадлежность пользователя.

Согласно сформулированному определению, виртуальная гендерная идентичность шире любой категоризации по полу в Сети, поскольку требует, во-первых, разнообразных опций сайта для своего существования и, во-вторых, активного участия субъекта/пользователя в процессе первичного конструирования и дальнейшего управления соответствующим перформансом. Здесь уже недостаточно простого указания на свой пол.

Применение перформативной теории гендера позволяет выделить еще одно существенное отличие виртуальной гендерной идентичности от ее аналога в повседневном мире. В реальности практики выражения гендерной идентичности или ее разыгрывания приходится на момент вступления во взаимодействие с другими людьми с помощью вербальных и невербальных символов, и, покидая место, мы «забираем» с собой идентичность, оставляя лишь в памяти способы и особенности акта презентации. В мире Интернета ситуация прямо противоположная. Однажды заполнив все поля социальной сети или другого сайта и маркировав свою гендерную идентичность, пользователю совершенно необязательно быть онлайн, чтобы ее подтвердить или воспроизводить. Даже после выхода пользователя страничка сайта продолжает «делать» идентичность: другие пользователи, желающие зайти на страницу, сразу получают впечатление о гендерных предпочтениях и интересах человека, даже если тот находится офлайн. Другими словами, покидая поле конструирования виртуальной гендерной идентичности, мы «оставляем» ее там, она продолжает существовать и означать без нашего участия. Назовем такой феномен «парадоксом виртуальной гендерной идентичности».

Для проверки выдвинутых предположений в исследовании приняли участие 96 подростков (56 девушек и 40 юношей) в возрасте 14—17 лет (с восьмого по одиннадцатый классы) из пяти школ г. Нижний Новгород. 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 г. На этом сайте было создано сообщество с целью привлечения подростков и организации процедуры проведения исследования. Для получения данных и работы с ними поочередно были использованы такие методы качественного исследования, как групповая онлайн-дискуссия, глубинное онлайн-интервью и анализ содержания профилей подростков в социальной сети на предмет интенсивности использования опций сайта, выявления степени выраженности гендерной маркировки страницы.

Исследование показало, что из всех возможных опций сайта, которые призваны выразить представления о себе и взглядах на жизнь, большинство респондентов выделили аватар, группы и подписки, цитаты, личную информацию, музыку, фотографии и статус. Именно с них и логично начать анализ.

Анализ содержания профилей, что отметили и сами подростки, обнаружил определенные гендерные особенности при композиции аватаров. Фотографии девушек отличаются большей вычурностью, они более художественны и изящны, стилистически разнообразнее, в большинстве случаев сделаны на красивом фоне, в то время как парни стремятся показать связь со своим любимым делом, рассказать о событии, в котором им удалось принять участие, нередко встречаются фотографии компании друзей.

Тонко чувствуя грань между мужскими и женскими аватарами, сами подростки без труда находят объяснение существующим различиям:

*Девушки пытаются привлечь внимание, на аватарах часто сильно накрашены. Им хочется, чтобы все считали их красивыми, и, наверное, ищут знакомств, вот и используют косметику. Парни тоже хотят познакомиться, но для этого, наоборот, стараются закрыть лицо, черными очками например (юноша, 16 л.);*

*Парни в большинстве своем выкладывают свою информацию вне зависимости от того, приятна ли она окружающим или нет, а девушки в основном только ту, которую они хотели бы, чтобы окружающие знали (юноша, 16 л.);*

*Парни хотят показать свою крутость, а девушки нежность: таких любят (девушка, 14 л.).*

С точки зрения наблюдений подростков о способах «разыгрывания гендера» своим и противоположным полом в виртуальной среде было обнаружено, что как девушки, так и юноши внимательно подмечали гендерно-маркированные особенности:

*У девушек есть забитая поза 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 л.);*

*Обычно на аватарах я выражаю нейтральные чувства, безразличие. У парней все более жестко: меньше всяких «поцелуйчиков»/смайликов, «красивых» цитат (юноша, 15 л.).*

Конструируя свои виртуальные презентации, подростки активно вовлечены в процесс не только воспроизводства определенных гендерных эталонов и моделей, существующих в повседневной жизни, но и в их непосредственное производство благодаря наблюдению за гендерными особенностями в предпочтениях аватаров и утверждению, одобрению противоположности мужских и женских символических значений презентации. Подобные гендерные перформансы, выступая механизмами конструирования гендерной идентичности, определяют особенности композиции аватаров в социальной сети.

При заполнении личной информации на сайте у подростков на первое место выходят не гендерно-обусловленные особенности композиции страниц, а желание показать свои качества как уникальной личности, имеющей собственные жизненные принципы и взгляды, в определенном смысле свободные от различных предрассудков. Примеры демонстрируют, что и ожидания подрост-

ков относительно того, как следует оформить страницу юношам и девушкам, в целом не подчеркивают гендерную специфику:

*Это вопрос, который каждый должен решать сам в зависимости от своего мировосприятия (юноша, 16 л.).*

*Мне кажется, что особых различий между этими страницами не должно быть, ну, если только аватары разные. Это нужно, чтобы не акцентировать различия между парнем и девушкой (девушка, 14 л.).*

Онлайн-сообщества позволяют подросткам в безопасной среде исследовать собственную личность, завязывать отношения и делиться своими чувствами. Используя терминологию И. Гофмана, группы, подписки, цитаты, музыка являются «знаковыми средствами выражения», поскольку, встретив незнакомца на сайте, 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» [6, с. 32]. Возможно, именно поэтому подростки имеют подписки на различные публичные сообщества (от 10 до 150) и состоят во множестве групп, которые скрывают от постороннего пользователя. Анализ содержания профилей позволил обнаружить, что, несмотря на типичные для пользователя подросткового возраста подписки и группы, посвященные гороскопам, комиксам, онлайн-фильмам, существуют значимые гендерные отличия. Набор подписок девушек выглядит гораздо разнообразнее и соответственно количественно богаче, чем у юношей. Наиболее посещаемые онлайн-сообщества школьниц имеют названия: «лучшие рецепты», «дом моды», «женские мысли», «девчья краса», «подростки», «умный журнал для думающих людей», «% жирности», «шедевры рекламы», «женское сообщество», «как сделать тело совершенным», «дневник женщин», «журнал женской красоты», «клуб шопоголиков» и т. п. Спектр интересов юношей, выраженный в подписках, выглядит гораздо скромнее: стопроцентное лидерство в популярности занимают публичные страницы, посвященные спорту и известным спортсменам. К основным мальчишеским виртуальным группам можно отнести: «спорт — это жизнь», «клуб любителей спорта», «компьютерные игры», «футбол, хоккей, футбольный мемы», а также группы, посвященные отдельным направлениям музыки. Важно отметить, что для подростков список групп является очень значимым средством самовыражения, а также знаком при разграничении неизвестных пользователей на «своих» и «чужих». Помимо этого, онлайн-сообщества выступают сильными гендерными маркерами страницы, которые подростки умышленно используют при конструировании виртуальной гендерной идентичности даже в том случае, если они не посещают выставленную напоказ группу, что подчеркивает перформативные свойства социальной сети и данной опции.

Поскольку цель гендерных презентаций, как и цель исполнителя в офлайн, «поддерживать определение ситуации, представляя этим свою заявку на то, чем является для него реальность» [6, с. 121], особое внимание следует уделить цитатам, поскольку буквально каждый респондент отметил для себя их высокую значимость. С помощью цитат подростки выражают свое настроение, мировосприятие, а также хотят выглядеть более умными, образованными и начитанными. Если говорить о гендерной специфике, то она является продолжением той линии, которую выбрал подросток при конструировании своего вирту-

ального образа. В данном контексте, если подросток желает подчеркнуть какое-либо качество, 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 л.);*

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

Одним из механизмов познавательной деятельности и экспериментирования в отношении своей виртуальной гендерной идентичности является возможность получать комментарии и «лайки» от других пользователей. Экстраполируя известную теорему американского социолога У. Томаса: «Если ситуация мыслится как реальная, то она реальна по своим последствиям» — на виртуальное пространство социальной сети, можно предположить, что, оценивая страничку с помощью комментариев, аудитория создает социальную легитимность ее существования, тем самым убеждая пользователя в принятии создаваемого им впечатления. Следующие высказывания подростков отражают значение для них комментариев:

*Это дает мне возможность узнать, что обо мне думают мои друзья, и, возможно, что-то изменить в себе. Возможность посмотреть на себя со стороны (девушка, 14 л.);*

*Я могу получать объективные мнения, в некоторых я действительно нуждаюсь!!! Все это может хорошо контролировать мою деятельность или давать новые знания! (девушка, 16 л.).*

Управление стилем разыгрываемого гендерного перформанса во многом обусловлено использованием таких опций сайта, как «стена», «статусы», возможность заимствований и публикации новой информации. Обращение к данным мультимедийным функциям социальной сети зависит в основном от интенсивности посещения сайта подростком, его общей значимости и во многом связано с информированием аудитории о новом событии в жизни юноши или девушки, с выражением настроения, мыслей и чувств, публичной перепиской и выкладыванием заинтересовавших новостей, шуток, а также картинок, видео- и аудиозаписей, нередко заимствованных у других пользователей или из онлайн-сообществ. Все это, особенно копирование чужой информации на свою страницу, является важнейшим инструментом конструирования виртуальной идентичности, которая принимает характер социально одобряемой или желательной идентичности в кругу сверстников. Следующие высказывания подростков, обративших внимание на перформативную природу социальной сети, говорят об умышленном и осознанном выборе способов создания виртуального образа:

*Я считаю, что сейчас смотреть на аватар глупо <...> нужно общаться с человеком вживую больше, а не ВКонтакте <...> ведь больше половины как бы в масках <...> и в Интернете могут быть не самими собой (юноша, 14 л.);*

*Я сама выбираю, с кем и какого пола общаться <...> я личина странная, так что и девушкой могу побыть, и парнем... (девушка, 14 л.).*

Результаты исследования можно изложить в четырех пунктах.

1. Социальная сеть действительно представляет собой площадку для управления впечатлением других, разыгрывания перформанса, в том числе и гендерного, которое возможно лишь с помощью таких ресурсов или системы социальных значений сайта, как коммуникация, использование фотографий, возможность комментирования и оценивания, а индивидуальные настройки приватности, создание границ для аудитории подчеркивают тождественность данных практик границам выбранной системы социальной сети, что верифицирует сформулированное определение виртуальной идентичности.

2. В каждом случае конструирования гендерной идентичности на сайте и использования гендерных маркеров своей страницы точкой отсчета подростков были их представления и убеждения о современных гендерных стереотипах и ролях, о соответствующих их гендеру ожиданиях со стороны других пользователей и т. п., что подтверждает сформулированное определение виртуальной гендерной идентичности.

3. Благодаря различным опциям сайта подростки заявляют о себе как о разностороннем человеке, указывая различные направления своей деятельности, начиная от ученика, спортсмена и музыканта, заканчивая описанием себя как сторонника определенного политического устройства или религии. Но в каждом случае юноши и девушки конструируют такой образ, который будет интересен и желателен подразумеваемой аудитории, одобряем ею. Конечно, встречаются исключения, но они лишь подтверждают общее правило. Таким образом, подростки в социальной сети «ВКонтакте» стремятся создать свою социально желаемую виртуальную гендерную идентичность.

4. Поскольку виртуальная гендерная идентичность социально желательна, логично предположить, что и самопрезентация на страницах сайта будет иметь традиционно гендерную коннотацию. Однако данное утверждение характерно лишь для особенностей композиции аватаров и выбора онлайн-сообществ, которые действительно имеют гендерную специфику. Следовательно, способами выражения собственной гендерной идентичности подростков в социальной сети стали наиболее наблюдаемые опции сайта: 1) аватары и возникающее одобрение противоположности мужских и женских символических значений презентации как следствие наблюдения за гендерными особенностями композиции главных фотографий профилей; 2) подписки на публичные страницы и онлайн-сообщества. Вопреки значимости для подростков личной информации на сайте, цитат, стены и статусов данные мультимедийные функции социальной сети практически не имеют ключевого значения при выражении собственной гендерной идентичности.

#### ***Библиографический список***

1. Барчунова Т. В. Перформативная концепция гендера // Слов. гендерных терминов. М. : Информация XXI век, 2002. 256 с.
2. Батлер Дж. Гендерное беспокойство // Антология гендерной теории. Минск : Пропилей, 2000. Гл. 1 : Субъекты пола/гендера/желания. С. 297—347.
3. Белинская Е. П. Интернет и идентификационные структуры личности. URL: <http://cyberpsy.ru/2011/02/belinskaya-e-p-internet-i-identifikacionnye-struktury-lichnosti/> (дата обращения: 13.08.2012).
4. Горошко Е. И. Интернет-коммуникации в гендерном измерении // Вестн. Пермского ун-та. Пермь, 2006. Вып. 3 : Язык — культура — цивилизация. С. 219—229.

5. *Горошко Е. И.* Информационно-коммуникативное общество в гендерном измерении. Харьков : ФЛП Либуркина Л. М., 2009. 816 с.
6. *Горошко Е. И.* Коммуникативная виртуальная идентичность: гендерный анализ // Филол. заметки / Пермский гос. ун-т. Пермь ; Скопье ; Любляна ; Загреб, 2009. Вып. 7, ч. 2. С. 93—105.
7. *Гофман И.* Представление себя другим в повседневной жизни. М. : КАНОН-пресс-Ц : Кучково поле, 2000. 304 с.
8. *Епанова Ю. В.* Интернет-репрезентация идентичности в контексте перформативной теории Дж. Батлер // Вестн. СамГУ. 2009. № 1. С. 87—92.
9. *Жичкина А. Е.* Взаимосвязь идентичности и поведения в Интернете пользователей юношеского возраста : дис. ... канд. психол. наук. М., 2001. 199 с.
10. *Кузнецова Ю. М., Чудова Н. В.* Психология жителей Интернета. М. : ЛКИ, 2008. 224 с.
11. *Мид Дж.* Интернализированные другие и самость // Американская социологическая мысль : тексты / под ред. В. И. Добренкова. М. : Междунар. ун-т бизнеса и управления, 1996. С. 222—224.
12. *Митина О. В., Войскунский А. Е.* Интернет в гендерном измерении // Введение в гендерные исследования. М. : Аспект-Пресс, 2005. С. 204—216.
13. *Парсонс Т.* Аналитический подход к теории социальной стратификации // О структуре социального действия. М. : Академ. проект, 2000. С. 280—310.
14. *Черняева К. О.* Культурная идентификация в условиях глобализации: случай социальных сетей : дис. ... канд. социол. наук. Саратов, 2010. 141 с.
15. *Шютц А.* Основной аргумент «Идей II» Гуссерля // Смысловая структура повседневного мира. М. : Обществ. мнение, 2003. С. 10—34.
16. *Butler J.* Gender Trouble : Feminism and Subversion of Identity. New York ; London : Routledge Classics, 2006. 236 p.
17. *Giddens A.* Modernity and Self-Identity : Self and Society in the Late Modern Age. Cambridge: Polity Press, 1991.
18. *Pempek A. T., Yermolayeva Ye. A., Calvert S. L.* College students' social networking experiences on Facebook // J. of Applied Developmental Psychology. Vol. 30 (2009). P. 227—238.
19. Self-presentation and Gender on MySpace / A. Manago, M. Graham, P. Greenfield, G. Salimkhan // J. of Applied Developmental Psychology. Vol. 29 (2008). P. 446—458.
20. *Turkle S.* What Are We Thinking about When We Are Thinking about Computers? URL: [http://web.mit.edu/sturkle/www/routledge\\_reader.html](http://web.mit.edu/sturkle/www/routledge_reader.html) (дата обращения: 13.08.2012).
21. *Zao Sh., Grasmuck Sh., Martin J.* Identity construction on facebook: digital empowerment and anchored relationships // Computers in Human Behavior. Vol. 24 (2008). 1816—1836.