

11. Глухова А.В. Суверенитет versus конкурентоспособность: трудный выбор государства // Социологические исследования. 2016. № 2. С. 83–92.
12. Гидденс Э. Ускользящий мир: как глобализация меняет нашу жизнь. М., 2004.
13. Luhmann N. Sociologies des Risks. Berlin; N. Y. 1991.
14. Фролова С.М. Институализация и рискогенность повседневной жизни общества. Саратов, 2013.
15. Кессиди Ф.Х. Сократ. СПб., 2001.

P.M. Fedorov
Gender Aspect of Political Online
Communication

Differences in gender roles of political participants and their Internet representations are analyzed. The factors that mediate gender differences in computer-mediated communication are detected. Types of gender differences inherent to the off- and online political activity are studied.

Key words and word-combinations: gender, political communication, political activity, Internet-media.

Анализируются различия гендерных ролей участников политических акций и их интернет-репрезентации. Выявляются факторы, опосредующие данные различия в компьютерной коммуникации. Исследуются гендерные различия, характерные для политической активности офлайн и онлайн.

Ключевые слова и словосочетания: гендер, политическая коммуникация, политическая активность, интернет-СМИ.

УДК 316.334.3
ББК 60.561.3

П.М. Фёдоров

ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ
ПОЛИТИЧЕСКОЙ ИНТЕРНЕТ-
КОММУНИКАЦИИ

В последние годы актуализируется значимость потенциала гендера как социально конструируемой категории идентичности в воздействии на аудиторию интернет-СМИ. Формируемая политическим дискурсом гендерная идентификация создает информационный и эмоциональный контексты восприятия сообщений интернет-СМИ, которые, в свою очередь, служат основой политического участия. Перед исследователем гендерного аспекта политической интернет-коммуникации стоят задачи выявления различий гендерных ролей участников политических акций и их интернет-репрезентаций как по форме, так и по содержанию политической активности: ее устойчивости, характерных форм коммуникации.

В современных гуманитарных науках интерес вызывает то значение, которое придает обществом половой принадлежности индивида, и многие феномены, которые ранее объяснялись биологическими особен-

ностями функционирования организма, оказались не только тесно связанными, но часто и обусловленными культурным контекстом. Термин «гендер» был введен в научный оборот в 1955 г. Дж. Манном для разграничения биологических и социальных детерминант. Из отечественных представителей гуманитарных научных исследований гендерных отношений стоит особо отметить Н. Мальшеву, Е. Каркищенко, А. Темкину, А. Роткирх [1]. Понятие «гендер», существующее в современной психологии, обозначает совокупность телесных, физиологических, поведенческих и социальных признаков, на основании которых индивида считают мужчиной или женщиной. Это понятие описывает связываемые с полом особенности поведения в категориях маскулинности и фемининности, оценивающих прежде всего систему половых ролей / идентичностей. При этом половая роль — это нормативно одобренный образец поведения, ожидаемый от каждого представителя определенного пола, тогда как гендер — это деятельность по созданию подобных образцов.

По мнению О. Ворониной, можно выделить три основных подхода к пониманию гендера. Во-первых, гендер как социальная конструкция, во-вторых, гендер как стратификационная категория, в-третьих, гендер как культурная метафора [2]. Согласно определению И. Клециной, гендер — это «специфический набор культурных характеристик, которые определяют социальное поведение женщин и мужчин, их взаимоотношения между собой. Таким образом, гендер относится не просто к мужчинам или женщинам, а к отношениям между ними и к способу социального конструирования этих отношений, то есть к тому, как само общество выстраивает эти отношения и взаимодействие полов в социуме» [3].

Растущая популярность социальных интернет-медиа создает новое поле для исследования влияния гендера на компьютерно-опосредованную коммуникацию. Ряд исследователей (N. Haferkamp, S.C. Eimler, A.M. Papadakis, J.V. Kruck, M. Smith, P. Kollock) отмечают, что гендерные различия, характерные для межличностной коммуникации, наблюдаются и в коммуникации посредством Интернета. Для пользователей социальных сетей характерно не создание новой «сетевой» идентичности, а использование привычных «офлайн-овых» способов поведения [4].

Так, P. Valkenburg, A. Schouten, J. Peter по результатам проведенного исследования заключают, что и мужчины, и женщины часто используют гендерные стереотипы при самопрезентации в Сети [5]. Поведение женщин в большей степени ориентировано на межличностную коммуникацию (социальное взаимодействие, поддержание отношений), в то время как мужчины ориентированы на решение задачи и поиск информации. Коммуникация женщин в Интернете в большей степени связана с выражением эмоциональных реакций, чаще сопровождается графическими средствами выражения эмоций (смайлы). Гендерные различия проявляются и в целях использования социальных сетей: мужчины в большей степени нацелены на установление новых отношений, тогда как женщины — на поддержание имеющихся.

Трансформация общественных отношений, развитие средств массовой коммуникации способствовали формированию публичных пространств, вы-

полняющих функции рефлексии общественных отношений и контроля государства. Ю. Хабермас указывает на конституирующие условия коммуникативного действия в публичной сфере: рефлексивность, открытый диалог и горизонтальный характер социальных связей. Таким образом, обсуждение вопроса в приватной сфере посредством социальных медиа перемещается в публичную сферу и, становясь пунктом повестки дня, изменяет публичный дискурс обсуждаемого вопроса.

Эти процессы тесно связаны с динамикой политической культуры, изменением мотивации и форм политического участия. Наблюдается переход от традиционных электоральных форм участия, таких как участие в выборах органы власти различного уровня, к новым формам прямого участия (например, подписанию обращений, петиций по поводу событий в жизни страны, региона). Другой важной тенденцией выступает индивидуализация политического действия и ослабление традиционных групповых связей [6; 7].

Изменение форм политического участия и рост политической активности в Интернете актуализируют исследования влияния гендера на компьютерно-опосредованную коммуникацию, в частности, вопрос о том, какие гендерные различия, характерные для офлайн-политической активности, наблюдаются и в политической активности в Сети.

Эмпирической базой настоящей статьи послужили материалы социологических опросов участников акций протеста, прошедших 4 декабря 2011 г. в Москве и в декабре 2013 — феврале 2014 г. в Киеве, а также авторское эмпирическое исследование связанной с этими событиями политической активности в Интернете.

Вечером 21 ноября 2013 г., вскоре после обнародования решения правительства приостановить процесс подготовки к подписанию соглашения об ассоциации Украины с ЕС, в социальных сетях начали распространяться призывы выйти на акции протеста. На митинг в центре Киева собралось от 1 до 2 тыс. человек. 24 ноября 2013 г. в Киеве состоялось многолюдное шествие и митинг на Майдане Незалежности. На митинге объявили о начале бессрочной акции протеста.

Фонд «Демократические инициативы» совместно с Киевским международным институтом социологии (КМИС) проводил опрос среди лиц, собравшихся на акции протеста в центре Киева. 7—8 декабря 2013 г. было опрошено 1037 респондентов, доля мужчин составила 57%, женщин — 43%. Таким образом, доля женщин среди участников митинга оказалась меньше доли женщин в населении страны, хотя и незначительно [8].

В декабре 2013 г. протестные акции в Киеве перешли в новую фазу: начался захват административных зданий и активные столкновения протестующих с силами правопорядка. По данным социологического опроса Фонда «Демократические инициативы» и КМИС, проведенного 20 декабря 2013 г. (опрошено 515 респондентов), доля мужчин среди участников протеста возросла и составила 85%, женщин осталось 15%.

Конец января — начало февраля 2014 г. характеризуются дальнейшей радикализацией противостояния, открытыми вооруженными столкновениями.

Среди опрошенных 3 февраля 2014 г. Фондом «Демократические инициативы» и КМИС 502 респондентов доля мужчин вновь увеличилась в сравнении с предыдущими исследованиями и составила 88% против 12% женщин.

Таким образом, гендерные роли участников уличных политических акций отличаются: мужчины оказываются политически активнее, доля мужчин, участвующих в протестных акциях, больше доли женщин на всех этапах протеста. При этом политическая активность мужчин устойчивее — доля мужчин возрастает с радикализацией протестных акций.

Для анализа гендерного состава участников интернет-репрезентации акций протеста в Киеве была выбрана группа «Евромайдан» в сети Facebook [9]. По показателям действовавшего в 2014 г. индекса интернет-активности «People Talking About This» она была самой популярной в украинском сегменте Интернета (более 300 тыс. участников).

С целью исследования интернет-активности в политической сфере нами сформирована база данных сообщений и комментариев из группы «Евромайдан» в сети Facebook за период с 22 декабря 2013 г. по 8 мая 2014 г., полученных с использованием сервиса JagaJam (тексты и параметры 18 638 сообщений, статистика 662 848 комментариев, сведения о 281 609 авторах).

Особенность интерактивности взаимодействия интернет-СМИ и аудитории проявляется в вовлеченности пользователей в процесс создания и интерпретации медиаконтента. При этом вовлеченность пользователей в процесс интерпретации, комментирования и обсуждения публикаций выступает своеобразным индикатором интереса аудитории к сообщению. Достаточно указать, что исследуемые 18 638 сообщений в группе «Евромайдан» получили 14 244 462 откликов (лайки, репосты, комментарии). Таким образом, интерактивный характер анализируемых информационных ресурсов дает исследователю уникальную возможность оценки эффективности информационного воздействия сообщения.

Как гендерные различия проявляются в коммуникации участников исследуемой группы в сети Facebook? Если сравнить динамику (по дням) общего числа комментариев к размещенным в группе сообщениям и изменение соотношения доли мужчин и женщин, комментировавших сообщения, то становится очевидной положительная зависимость доли комментариев женщин от общего числа комментариев. Статистически эта зависимость характеризуется средней степенью связи, с коэффициентом корреляции Пирсона 0,537.

Интерес к политике, характерный для мужской гендерной роли, проявляется и в коммуникации в Интернете: обычно мужчины чаще комментируют сообщения. Однако драматизм и эмоциональная насыщенность комментируемых событий привлекают дополнительную аудиторию, и в ней большинством оказываются женщины. Так, всплеск интернет-активности приходится на период после 20 января 2014 г. В результате столкновений 19–20 января 2014 г. в Киеве, по данным департамента здравоохранения города, к врачам бригад скорой помощи обратились 103 участника акции, 42 госпитализированы. Пресс-служба МВД Украины сообщила, что за медицинской помощью обратились около 100 сотрудников ведомства, 61 из них госпитализирован.

У потерпевших диагностированы закрытые черепно-мозговые травмы, переломы, ушибы и отравления неизвестными веществами.

Следующий всплеск интернет-активности приходится на период после 20 февраля 2014 г. В результате столкновений на Институтской улице Киева снайперы, принадлежность которых не была установлена, начали вести огонь на поражение, в первые минуты было убито 7 человек, затем их количество возросло до десятков, а также сотни людей получили ранения.

В обоих случаях активность участников группы «Евромайдан» демонстрирует положительную зависимость доли комментариев женщин от общего числа комментариев.

Отличаются гендерные роли участников указанной группы и по характеру активности: женщины чаще ставят лайки, выражая эмоциональную реакцию, мужчины — чаще комментируют сообщения (таблица).

Гендерный аспект интернет-активности

Пол	Среднее количество комментариев	Среднее количество лайков	Средняя сумма активностей (комментарий, лайк, репост)
Женский	2,9	24,8	27,6
Мужской	4,1	19,7	23,8

Таким образом, гендерные различия, характерные для межличностной коммуникации, наблюдаются и в коммуникации посредством Интернета: мужская аудитория более стабильна, ориентирована на восприятие и обсуждение новой информации, женская — более динамична, ориентирована на выражение отношения и эмоциональную реакцию. Применительно к политической активности это означает, что для вовлечения аудитории в компьютерно-опосредованную коммуникацию наиболее эффективно размещение эмоционально насыщенных, ориентированных на «женский» тип реакции сообщений.

Анализ соотношения среднего числа комментариев, которые размещают пользователи-женщины и пользователи-мужчины, в локациях (национальных сегментах Сети) с числом участников группы «Евромайдан» более 1000 человек (это страны Эстония, Литва, Франция, Германия, Италия, Польша, Великобритания, США, Украина, Россия) показывает, что это соотношение зависит в большей степени не от локации, а от числа участников: чем больше численность группы, тем больше в ней доля комментариев женщин. Поскольку большинство сообщений в группе публикуется на русском или украинском языках, очевидно, что «иностранные» участники группы — это русскоязычная / украинскоязычная диаспора. Причем для украинского и российского сегментов коэффициенты указанного соотношения практически одинаковы (1,2 для Украины и 1,24 для России).

Стоит отметить, что гендерные различия, характерные для оффлайновой и онлайн-политической активности украинского общества, наблюдаются и в Российской Федерации. На следующий день после выборов в российский парламент, состоявшихся 4 декабря 2011 г., в Москве и ряде крупных горо-

дов страны прошли митинги против фальсификации результатов голосования в пользу партии власти. По заказу «Новой газеты» Аналитический центр Ю. Левады с помощью профессиональных интервьюеров и группы волонтеров провели на Якиманке и Болотной площади в Москве анкетирование участников. Людей опрашивали на стадии сбора на Якиманке, в ходе шествия по ней, на митинге на Болотной площади и при уходе с него. В обработку включены 1344 заполненных анкеты, в результате анализа которых установлено: среди митингующих было больше мужчин (до 65%), тогда как большинство населения страны — женщины [10].

Преобладание мужчин характерно и для интернет-репрезентации протестных акций в Москве в декабре 2011 г. Так, независимый исследовательский центр BasiliskLab исследовал большинство активных профилей из тематических групп «ВКонтакте» (19 664 профилей таких групп, как «Мы были на Болотной. Мы будем на Сахарова» <http://vk.com/event32872901>) и Facebook (2500 профилей). Среди членов этих интернет-сообществ оказалось 80% мужчин и только 20% женщин [11].

Подводя итог, отметим различия гендерных ролей участников политических акций и их интернет-репрезентаций: мужчины оказываются политически активнее, доля мужчин, участвующих в протестных акциях больше доли женщин. Политическая активность мужчин возрастает с радикализацией протестных акций. Интерес к политике, характерный для мужской гендерной роли, проявляется и в интернет-коммуникации: обычно мужчины чаще комментируют сообщения. Однако драматизм и эмоциональная насыщенность комментируемых событий привлекают дополнительную аудиторию, и в ней большинством оказываются женщины. Отличаются гендерные роли участников группы «Евромайдан» в сети Facebook и по характеру активности: женщины чаще ставят лайки, выражая эмоциональную реакцию, мужчины — чаще комментируют сообщения; мужская аудитория более стабильна, ориентирована на восприятие и обсуждение новой информации, женская — более динамична, ориентирована на выражение отношения и эмоциональную реакцию.

Библиографический список

1. Темкина А., Роткирх А. Советские гендерные контракты и их трансформация в современной России // Социологические исследования. 2002. № 11. С. 1–31.
2. Воронина О.А. Гендер // Словарь гендерных терминов / под ред. А.А. Денисовой. М., 2002.
3. Клецина И.С. Гендерная идентичность // Гендерная психология: хрестоматия / сост. Е.Е. Ли. Иркутск, 2010. С. 98–103.
4. Haferkamp N., Eimler S.C., Papadakis A.M., Kruck J.V. Men Are from Mars, Women Are from Venus? Examining Gender Differences in Self-Presentation on Social Networking Sites // Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking. 2012. Vol. 15, is. 2. P. 91–98.
5. Smith M., Kollock P. Communities in Cyberspace. L., 1999.
6. Valkenburg P., Schouten A., Peter J. Adolescents' identity experiments on the internet // New Media & society. 2005. Vol. 7, is. 3. P. 383–402.
7. Андреевкова А.В. Политическое поведение россиян (часть 1) // Мониторинг общественного мнения. 2010. № 3 (97). С. 47–60.

8. *Макович Г.В.* Перспективы использования социальной активности населения: потенциал краудсорсинговых проектов // Вестник Поволжского института управления. 2016. № 2 (53). С. 82–88.

9. «Майдан-2013: хто стоїть, чому і за що?», «Майдан-мітинг і Майдан-табір: схоже і відмінне», «Від Майдану-табору до Майдану-січі: що змінилося?». URL: http://www.dif.org.ua/ua/polls/2014_polls/vid-maidanu-taboru-do-maidan.htm

10. URL: <https://www.facebook.com/EuroMaydan/?fref=ts>

11. *Волков Д.А.* Протестные митинги в России конца 2011 – начала 2012 гг.: запрос на демократизацию политических институтов // Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии. 2012. № 2 (112). С. 73–86.

12. URL: <https://basilisklab.com/boloto-analis-2.html>

I.M. Panchenko
The Strategy of Virtual
Communication in Online
Communities of Teachers

Professional network communities of teachers as a special form of teachers' professional activity organization in the Internet space are studied. Special attention is paid to forms of communication in communities like forums, workshops, databases. The author focuses on the content analysis of forums and master classes.

Key words and word-combinations: online communities of teachers, communication, virtual communication, forums, workshops.

Исследуются профессиональные сетевые сообщества учителей как особая форма организации их профессиональной деятельности в интернет-пространстве. Особое внимание уделяется таким формам общения в сообществах, как форумы, мастер-классы, базы данных. Внимание фокусируется на контент-анализе форумов, мастер-классов.

Ключевые слова и словосочетания: сетевые сообщества педагогов, общение, виртуальное общение, форум, мастер-классы.

УДК 371:004.002

ББК 74.04+73

И.М. Панченко

СТРАТЕГИЯ
ВИРТУАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ
В СЕТЕВЫХ СООБЩЕСТВАХ
УЧИТЕЛЕЙ

Современное общество, подверженное процессам глобализации, становится все более информационным. Это, по мнению И.Ю. Сурковой, способствует «распространению общеевропейских ценностей и культур; высокой экономической, людской, информационной мобильности» [1, с. 30]. Такая мобильность позволяет не только решать личные проблемы, но и развивать навыки профессионального обмена информацией в интернет-пространстве. Стремительное развитие информационно-коммуникационных технологий позволяет использовать современные технические возможности (компьютеры, мультимедиа, интерактивные доски, телевидение, электронные учебники) для повышения качества образования. Использование Интернета как