

УДК 101.1:316.77

Серебрянская В.Н.

Волгоградский государственный технический университет

ГЕНДЕРНАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ В СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

V. Serebryanskaya

Volgograd State technical university

GENDER REPRESENTATION IN SOCIAL COMMUNICATION

Аннотация. Статья посвящена проблеме пересмотра традиционных гендерных установок социальными субъектами под влиянием современной социокультурной ситуации. Гендерная репрезентация рассматривается как негативная тенденция в общественных отношениях. Определяется роль коммуникации и СМИ в провокации гендерных репрезентаций посредством трансляции и «навязывания» определённых гендерных знаков и символов. Вводится понятие гендерного симулакрума. Сформулированы выводы относительно влияния общественного мнения на явление гендерной репрезентации.

Ключевые слова: гендер, репрезентация, симулакрум, социокультурные аспекты пола, коммуникативные стратегии, мужественность, женственность.

Abstract. The article is concerned with the problem of revision of traditional gender bias by social subjects under the influence of modern social and cultural situation. Gender representation is considered as a negative tendency in public relations. The role of communication and mass-media is considered in provoking gender representations by means of translation and imposing certain gender signs and symbols. The concept of gender simulacrum is introduced. The conclusions are made concerning the influence of public opinion on gender representation.

Key words: gender, representation, simulacrum, socio-cultural aspects of the sex, communicative strategies, male, female, manliness, femininity.

Социально-философские вопросы, связанные с осмыслением роли и сущности гендера и гендерных отношений в обществе продолжают оставаться актуальными, хотя вектор исследований меняется. Сегодня малоизученной областью представляется явление гендерной репрезентации. Данный вопрос связан с гендерным переопределением субъектов под воздействием различных социальных, политических, экономических, культурных и духовных факторов.

Существенным является то обстоятельство, что явление гендерной репрезентации связано с усиливающимся приоритетом информационно-коммуникативных отношений в обществе над практически-деятельностными. Данная ситуация сложилась вследствие того, что в общественных отношениях нарастает доминирование формализации в функционировании некоторых социальных институтов и реализации коммуникативных актов, не совпадающее с потребностями, интересами и целями большинства социальных субъектов (народ, неформальные объединения). Не умаляя значения исследований коммуникативного направления, следует подчеркнуть, что коммуникация – это способ достижения практических целей социальных субъектов, а не самоцель. Иначе говоря, в современном обществе наблюдается тенденция к приоритету коммуникации над практической деятельностью, и социальный субъект переориентируется от субъекта действия в субъект коммуникации. В коммуникативной сфере субъект в угоду ситуации может переопределять свой гендер и презентировать обществу те гендерные характеристики, которые востребованы в данный момент времени при конкретных социальных обстоятельствах. Однако гендерные характеристики социального субъекта входят в фундамент личности и являются базисом социального бытия, их сиюминутные трансформации могут привести к плачевным для общества результатам, та-

© Серебрянская В.Н., 2001.

ким, например, как феминизация мужчин и маскулинизация женщин, нарастание числа социальных групп с нетрадиционной сексуальной ориентацией, уменьшение рождаемости и т. п.

Вопросы гендера, как и репрезентации, рассматриваемые самостоятельно, имеют давнюю философскую традицию. Интегративно проблема гендерной репрезентации представлена в некоторых социально-философских теориях (М. Фуко, Ж. Бодрийера, М. Мак Люэна, Э. Гоффмана и др.), в отечественных работах: в контексте психологии у Л.С. Выготского, И.С. Кона и др., в лингвистических исследованиях И.И. Халеевой, Е.А. Земской, М.А. Китайгородской, Н.Н. Розановой, Е.И. Горошко и др. Однако, в целом, данная проблема требует дальнейшей всесторонней разработки и уточнения на современном этапе развития общества и социальных отношений.

В первую очередь необходимо прояснить нашу позицию относительно трактовки понятия «гендер». Традиционно в социально-философском дискурсе *гендер* определяется как социально сконструированный пол. Отечественный философ О.А. Воронина, одна из первых обратившаяся к социально-философским исследованиям пола и феномену гендера, определяет гендер как «социокультурный конструкт, который общество надстраивает над биологической реальностью. Не биологический пол, а социокультурные нормы определяют, в конечном счете, психологические качества, модели поведения, виды деятельности, профессии женщин и мужчин» [1, 395].

Гендер есть социальный конструкт, в основе которого лежат три группы характеристик, определяющих статус человека в обществе: биологический пол, полоролевые стереотипы и многообразие проявлений социокультурных составляющих пола. Как отмечает В.В. Макаров, «гендер – это одна из ряда определенностей человека, возникающих на основе биологической дифференциации, выражающихся в его социополовой идентификации на основе социокультурной индексичности, в способах адаптации к со-

циальной жизни и формах участия в ней» [5, 23]. Следовательно, гендер включает в себя определенный тип ментальности и тип социального поведения, в том числе и различные формы коммуникации и позиционирования себя в коммуникативном пространстве.

Соответственно, гендерная репрезентация – это вызванная социальными обстоятельствами перемена уже сформированного гендера, выражающаяся в конструировании посредством коммуникативных знаков и символов желаемого гендера, и трансляция его в социальное бытие. Основная теоретическая нагрузка понятия *гендерная репрезентация* сводится к различению предзаданной биологической реальности, традиционного сформированного гендерного типа и сконструированного, презентуемого социальному окружению гендера в конкретной ситуации. Сама возможность реализации социального бытия базируется на возможности процедур повторения трансляции и считывания гендерных знаков посредством коммуникативных взаимодействий.

Явления гендерной репрезентации и коммуникации оказываются органически переплетены и находятся в состоянии взаимодетерминации. Гендерные характеристики субъекту прививаются посредством коммуникативных взаимодействий, а особенности конкретной коммуникации, в свою очередь, определяются гендерными характеристиками социальных субъектов. Иначе говоря, для дальнейшего исследования необходимо определить понятие «коммуникация».

Способность к производству и поддержанию коммуникативной сферы возникает в процессе создания и роста общества, которое, развиваясь, провоцирует новые и новые коммуникативные отношения, расширяя и усложняя социальное бытие. Происходит взаимодетерминация – общество порождает коммуникацию, коммуникация создаёт определённые условия социального бытия, в котором существует общество. По словам Т. Шибутани, «каждый социальный мир – это культурная область, границы которой определяются не территорией и не формаль-

ным членством в группе, а пределами эффективных коммуникаций» [9, 111]. Под *коммуникацией* мы понимаем непосредственное или опосредованное и целесообразное взаимодействие двух и более социальных субъектов, посредством которого осуществляется социальное бытие. Коммуникация связывает социальные действия субъектов друг с другом и задаёт, каким образом (процессуально, континуально, контекстуально) эти действия могут быть адекватно считаны другими субъектами социальных отношений. Иначе говоря, коммуникация представляет собой социальный конструкт, существование которого базируется на знаках и символах.

Очевидно, что в современном обществе продолжает неудержимо возрастать роль коммуникации. Коммуникация становится той социальной сферой, в которой разворачивается вся жизнедеятельность общества и социальных групп. Коммуникативная сфера общества определяется доступным для большинства социальных субъектов совокупным множеством знаков и символов, его составляющих [4]. Одними из первостепенных символов, определяющих характеристики и особенности коммуникативной сферы, являются символы и знаки, позволяющие идентифицировать гендер социальных субъектов, поскольку любая коммуникация строится, исходя из определённых гендерных моделей взаимодействия. Однако современный уровень развития биотехнологий, социальных и информационных технологий позволяет транслировать тот символ гендера, который в данный момент желает продемонстрировать социальный субъект. Вопрос о подмене символов гендерной идентичности является одним из актуальных вопросов современной социальной теории, поскольку затрагивает глубинные пласты человеческой сущности, социального устройства общества и формирования коммуникативного пространства.

В современном обществе, кроме традиционных гендерных установок и характеристик субъекта, большое значение играют транслируемые по информационно-коммуникативным каналам символы и знаки, которые могут

многократно переопределять гендер, менять его видимость (например, в глобальной информационной сети Интернет, посредством мобильных телетехнологий и т. п.). Кроме этого имеется возможность визуально менять биологические характеристики пола, создавая видимость любого желаемого гендера. Более сложной и зачастую обусловленной психическими и физиологическими болезнями является возможность физической смены пола, этот случай скорее относится к медицинской практике, и мы его глубинных оснований касаться не будем, хотя зачастую в смене пола большую роль играют не физиологические отклонения, а социальные факторы.

Однако из всего сказанного ясно, что гендер в современном обществе многократно репрезентируется и зачастую является маскировкой социального субъекта, что, в целом, можно охарактеризовать как формирование гендерного симулакрума.

Стоит пояснить, что в социальной философии сформировалось два различия значения симулакрума: «в зависимости от репрезентативной и нерепрезентативной моделей применения» [3, 616]. На позициях репрезентативной модели применения симулакрума строится идея Платона о том, что симулакрум есть копия копии, отражение отражения и т. п. Различение же копии от симулакрума базируется на принципе сходства с образцом идеи, иначе копия обладает сходством идеи, а симулакрум – видимость копии. Нерепрезентативная модель симулакрума исходной имеет посылку о том, что симулакрум изначально вписан в структуру социальной реальности. Однако какую бы модель мы не рассматривали для становления симулакрума, определяющим моментом является наличие другого субъекта, субъекта – наблюдателя. По словам Ж. Делеза, симулакрум включает в себя угол зрения наблюдателя, т. е. сам наблюдатель является составляющей частью симулакрума, и именно в точке наблюдения возможны всякого рода деформации и искажения [2, 56-58]. Иначе, симулакрум обнаруживает себя в бытии только при его считывании и интерпретации другим со-

циальным субъектом, в процессе коммуникативного отношения.

Уместно вспомнить классическую социальную теорию К. Маркса, что каждый человек является субъектом многочисленных отношений, которые принято условно разделять на объективно обусловленные безличным общественным отношением и межличностные [6, 119]. По мнению К. Маркса, «именно личное, индивидуальное отношение индивидов друг к другу, их взаимное отношение в качестве индивидов создало и повседневно воссоздаёт существующие отношения» [7, 25]. Иначе говоря, отношения субъектов всегда опосредованы общественными отношениями и декларируются извне.

Все это в полной мере относится и к гендерной репрезентации, в результате которой в ходе коммуникации создаётся симулякр, направленный на создание некоего кажущегося социального бытия. По мнению И.И. Халеевой, «подход к гендеризму как к реальности, опосредуемой знаками, символами и текстами (т. е. с позиции герменевтики), позволяет определить гендер в качестве своего рода междисциплинарной интриги, в основе которой сплетается множество наук о человеке, о его не только биологической, но и социально и культурно обусловленной специфике, интриге как совокупности обстоятельств, событий и действий, в центре которых находится человек, личность» [8, 10].

Значительные изменения в обозначении пола и идентификации характеристик мужественности и женственности начались с эпохой информатизации и всеобщим распространением компьютерных технологий. Были сформулированы общие принципы гендерных исследований, важнейший из которых – релятивизация пола, признание его социально и культурно конструируемым феноменом – институциональным и ритуализированным, что ведёт и к признанию его конвенциональности, неодинаково проявляющейся в различных социальных и культурных сообществах на различных исторических этапах их развития. Происходит, во-первых, признание гендера социокуль-

турным феноменом, во-вторых, признание его символической конвенциональной сущностью. Эти положения влекут приписывание маскулинности и фемининности статуса символических концептов.

Однако за всеми знаками и символами стоит конкретный человек, вынужденный перестраивать гендерные характеристики в зависимости от социальных условий. Гендерная репрезентация, выражающаяся симулякром, становится постоянным спутником социального бытия общества. С одной стороны, гендерная репрезентация позволяет полнее реализоваться человеческой субъективности, с другой – создаёт помехи в практически-деятельностной сфере. Формальные элементы пола, используемые для его обозначения, транслируемые в коммуникативной сфере, начинают играть первостепенную роль, а действительное сущностное содержание уходит на второй план. Явление гендерной репрезентации неоднозначно и требует всестороннего социально-философского анализа и дальнейшего осмысления.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Воронина О.А. Философия пола / Философия. Под ред. В.Д. Губина. М.: Русское слово, 1998. С. 388-407.
2. Делез Ж. Марсель Пруст и знаки / Ж. Делез. СПб.: Алетейя, 1990. 190 с.
3. Керимов Т.Х. Симулякр // Современный философский словарь. М.: Академ. проект, 2004. С. 616-618.
4. Леонтьева Е.Ю., Виноградова Н.Л. Социальное пространство в контексте новой онтологии / Е.Ю. Леонтьева, Н.Л. Виноградова // Гуманитарные и социально-экономические науки. Ростов-на-Дону, 2009. № 2. С. 5-8.
5. Макаров В.В., Василенко И.В. Философия и социология пола. – Волгоград: Политехник, 2002. 188 с.
6. Маркс К. Немецкая идеология / К. Маркс, Ф. Энгельс // Соч. 2-е изд. Т. 3. С. 7-544.
7. Маркс К. Нищета философии / К. Маркс // Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. Т. 4. 650 с.
8. Халеева И.И. Гендер как интрига познания // Гендер как интрига познания. Сб. ст. М., 2000. С. 9-18.
9. Шибутани Т. Социальная психология / Т. Шибутани. М.: Прогресс, 1969. 320 с.