

УДК 363.637

Анна Давидовна Трахтенберг
кандидат политических наук,
старший научный сотрудник отдела философии
Учреждения Российской академии наук
Института философии и права
Уральского отделения РАН
г. Екатеринбург
(343) 362-81-38 cskiit@yandex.ru

ИНФОРМАЦИОННАЯ РЕВОЛЮЦИЯ В РОССИИ: К ВОПРОСУ О ГЕНДЕРНОЙ СПЕЦИФИКЕ ОСВОЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В МАЛОМ УРАЛЬСКОМ ГОРОДЕ¹

Рассмотрены основные направления анализа процессов адаптации женщинами информационно-коммуникационных технологий в феминистской социологии. На основе технофеминистского подхода и принципов социального конструкционизма проведен анализ специфики освоения мобильной связи, компьютера и Интернета в малом промышленном городе (на примере г. Полевского Свердловской области).

Технофеминизм, социальное конструирование технологии (SCOT), «одомашнивание технологии», информационные технологии, мобильная связь.

Изучение процессов адаптации женщинами новых информационных технологий (как и более общей проблемы роли женщин в развитии данных технологий) является одним из самых активно развивающихся направлений современной феминистской социологии. В своем развитии это направление прошло несколько основных этапов.

В 1970–1980-е гг. в американской контркультуре шли дискурсивные процессы формирования новой компьютерной идеологии, противостоящей доминантному «закрытому» компьютерному курсу [17], в рамках которого компьютер выступал как воплощение рационального бюрократического контроля. Именно благодаря этой новой идеологии и возник персональный компьютер как «контрартефакт» (понятие введено в [24]), противостоящий «большим» электронно-вычислительным машинам. Но для феминизма в ту эпоху характерна технофобия, основанная на убеждении, что любая технология социально конструируется как мужская практика и используется в качестве инструмента реализации мужского господства.

¹ Статья подготовлена при поддержке гранта РГНФ-Урал 08-03-83307а/У; гранта РГНФ-Урал 09-03-83320а/У; РГНФ-Урал 10-03-83304а/У.

Самую умеренную позицию в отношении информационных технологий занимали представительницы либерального феминизма, которые рассматривали их как гендерно нейтральные, но попавшие под мужской контроль, и рассуждали о необходимости снятия барьеров, препятствующих женщинам осваивать новые инженерные профессии.

Для обоснования компьютерной технофобии в радикальном феминизме использовался тезис о несовместимости Женщины как воплощения Природы с Техникой как воплощением фаллоцентрического Разума. Например, Джейн Капути приветствовала появление флоппи-дисков статьей о том, что они заменяют естественную память искусственными заменителями, так что в результате размывается граница между человеком и машиной, и люди утрачивают душу, которая присваивается машинами. Символом перемен Дж. Капути стал логотип «Эппла» – надкусанное яблоко, воплощение нового мифа об искусственном рае, а точнее, об «искусственном как о рае» [14].

Социалистический (марксистский) феминизм, естественно, отрицал идею вечной и неизменной женственности. С точки зрения сторонниц этого направления, информационные технологии создавались и использовались исключительно для того, чтобы воспроизводить структуру патриархального господства и подчинения [15]. Символом такого подчинения в их глазах была пишущая машинка, обрекающая женщин на бессмысленную, монотонную работу в самом нижнем ряду офисной иерархии. Первые персональные компьютеры, использовавшиеся для заведения текстов, рассматривались как более изощренная и опасная версия пишущих машинок, лишаящая женщин даже той небольшой степени свободы, которая у них имелась, приводящая их к утрате сложных навыков, необходимых, чтобы красиво и правильно напечатать текст. Отсюда следовал вывод о том, что компьютеры заменяют не столь явные, патриархальные формы контроля более прямыми – «капиталистическими», что приводит к резкой интенсификации эксплуатации наемного труда [23].

Разумеется, не все исследовательницы были преисполнены пессимистических опасений в связи с наступлением связанной с внедрением компьютерной техники новой офисной кабалы. В 1988 г., когда Джейн Капути в подражание Платону рассуждала об опасностях искусственной памяти, Шошона Зубофф заявила, что новые офисные технологии не усиливают, а ослабляют гендерные различия: персональные компьютеры, позволяют соединить работу машинистки с творческими функциями написания текста, разрушая традиционное разделение труда и создавая «постиерархические» офисные структуры [28, с. 401-402].

К началу 1990-х гг., когда персональные компьютеры окончательно стали доминантной формой компьютерной техники и воз-

ника Всевминая Сеть, технофобия сменилась технофилией. Социалистические феминистки, вслед за Донной Харауэй, опубликовавшей «Манифест киборга», предсказывали, что новые технологии позволят женщинам разрушить тюрьму тела, в котором они заключены, и стать свободными киборгами, для которых существующие иерархии и деления (в том числе деление на человека, машину и животное) не имеют никакого смысла и которые таким образом подрывают существующую систему контроля [20].

Радикальные феминистки внезапно увидели в Сети воплощение чистой женственности. Сэйди Плэнт заявила, что в основе Сети лежит исконно женская технология прядения, Ширли Таркл – что Интернет воплощает истинно женские этические ценности сотрудничества и поиска консенсуса, а Анна Смелик сравнила ощущения пользователя, погружающегося в сеть, с ощущениями младенца в утробе матери [26, с. 10].

И только либеральные феминистки продолжали рассуждать о снятии барьеров, теперь уже на пути превращения женщин в активных пользователей Интернета.

К началу 2000-х гг. и безудержный пессимизм, и безудержный оптимизм стали выходить из моды. С одной стороны, информационное неравенство между женщинами и мужчинами в развитых странах (в отличие от других форм информационного неравенства) стремительно сходило на нет. В США доля мужчин и женщин, постоянно пользующихся Интернетом, полностью сравнялась к 2005 г. [18, с. 2]. В некоторых европейских странах (прежде всего в Скандинавии) это произошло еще раньше, в некоторых – позже, но в целом, как с удовлетворением отмечено в докладе Евросоюза, посвященном развитию информационного общества, женщины, которые еще недавно входили в группу информационно бедных, достигли практически полного равенства с мужчинами [16, с. 23].

С другой стороны, оказалось, что игры в «множественную идентичность» и «киборгов» привлекают очень небольшую и достаточно элитарную группу женщин-пользователей, в то время как основная часть воспроизводит в Сети гендерные стереотипы, усвоенные в реальной жизни. Сформулированный Деборой Фэллоуз тезис о том, что женщины гораздо активнее мужчин используют Интернет в целях общения, чаще отправляют и получают электронную почту, участвуют в чатах и т.п. и проявляют меньший интерес к поиску информации в Сети, успел превратиться в общее место, переместился из научных публикаций в популярные пособия по маркетингу и женские журналы.

В результате в феминистских исследованиях на первый план вышли работы, в которых вместо глобальных оптимистических и пессимистических прогнозов исследуется, каким образом происходит реальный процесс адаптации женщинами новой технологии.

При этом в отличие от предшествующего периода, женщины рассматриваются в качестве *активных агентов* изменений.

Теоретической основой этого подхода стали социальный конструкционизм и школа культурных исследований. Теории социального формирования технологии Ваджкмэн и Маккензи [23], социального конструирования технологии (SCOT) Хьюза, Байджкера и Пинча [13] и «одомашнивания» технологии Сильверстоуна [25] исходят из того, что любые технологические артефакты изначально обладают интерпретативной гибкостью. Иными словами, развитие артефакта не может быть объяснено исключительно ссылкой на изначально присущие ему технические свойства. Оно определяется значениями, которые приписываются ему релевантными социальными группами, так что артефакт постепенно конструируется в процессе взаимодействия между и внутри социальных групп. В конце концов происходит «закрытие» (closure) или «одомашнивание» (domestication), и артефакт обретает стабильность: ему приписывается однозначный смысл, который начинает доминировать во всех релевантных социальных группах.

В процессе приписывания значений артефакты обретают, теряют и снова могут обретать гендерные характеристики. Например, телефон возник как «мужской артефакт», затем переместился в сферу женских технологий и в конце концов превратился в анонимный объект [см., напр., 19]. Как показала Джаннет Хоффман, персональный компьютер в момент своего возникновения имел амбивалентный статус и некоторое время колебался между женским («суперпишущая машинка») и мужским артефактом (инструмент самореализации и менеджерского контроля), а затем стал развиваться в направлении артефакта универсального [21]. При этом гендерная символизация компьютера могла носить множественный характер: Джаннет Хоффман в уже упоминавшейся работе описала две противоположные модели: компьютера и пишущей машинки. Мерет Ли в исследовании, посвященном адаптации компьютеров в частной фирме, приводит две модели символизации компьютера мужчинами (в зависимости от их статуса и отношения к «традиционной» технике) [22].

Таким образом, на смену технофобии и технофилии пришел, если использовать термин, введенный Джуди Ваджкмэн, «технофеминизм» [27, с. 148-151]. Исследователи исходят из того, что технология и гендер взаимно формируют друг друга, так что технология является одновременно источником и продуктом гендерных отношений, а маскулинность и фемининность в равной мере обретают смысл и значение через использование артефактов. При этом потребитель технологических артефактов является столь же активным агентом, что и их разработчик, хотя это не означает, что между ними существуют отношения симметрии. Разработчик доминирует над

потребителем, так что женщинам приходится применять разнообразные «стратегии слабых», чтобы переосмыслить артефакт в своих интересах.

Бурная история технофеминизма практически не нашла отражения в отечественной социологии. После крушения советской марксистской ортодоксии разработанная в ее рамках (и получившая высокую оценку западных исследователей) теория научно-технической революции практически полностью утратила популярность, а социальный конструкционизм так и не сумел ее обрести. За исключением ряда основополагающих статей А.Е. Войскунского и его соавторов, посвященных гендерным аспектам деятельности в Интернете [1, 2, 8], исследователей, занимающихся процессами социальной адаптации информационно-коммуникационных технологий в гендерном разрезе, можно перечислить буквально по пальцам [3, 4, 5, 9].

Между тем эмпирические исследования как академического, так и маркетингового характера свидетельствуют о том, что процессы адаптации информационно-коммуникационных технологий в России идут в русле общемировых тенденций [6]. Это относится и к освоению компьютеров и Интернета женщинами. Так, по данным Фонда «Общественное мнение», если пять лет назад мужчины составляли 58% всех пользователей Интернета, то к 2010 г. мужчин и женщин стало поровну, что приблизилось к их соотношению в целом по стране (45% мужчин и 55% женщин) [10]. При этом, как показало проведенное «MASMI Research group» исследование, «женщины активнее общаются он-лайн: 66% общаются в социальных сетях, 41% ищут там своих знакомых... А вот поиск информации через поисковые системы больше привлекает мужчин: 72% ответивших о регулярности обращения к ним против 69% ответов женщин. Это, согласно опросу, единственное направление из самых популярных видов сетевой активности российских граждан, где мужская аудитория лидирует» [11]. Данные выводы практически полностью (вплоть до цифровых значений) совпадают с выводами, сделанным Джейн Фэллоуз в 2005 г. на северо-американском материале.

Однако за цифрами, отражающими общемировые тенденции, скрываются сложные и специфические социокультурные процессы «одомашнивания» информационно-коммуникационных технологий, которые можно выявить только методами качественной социологии. Именно качественное исследование позволило Б. Гладареву прийти к выводу о том, что несмотря на то, что ситуации повседневного пользования мобильным телефоном для мужчин и женщин вполне сопоставимы, «мобильный телефон, как «новая вещь», абсорбирует в себя поло-ролевые стереотипы, становясь частью гендерного дисплея в процессе социального взаимодействия» [3, с. 72]. Если добавить к этому, что сама технология конструирования гендера культурно обусловлена и отечественные пользователи имеют дело с ар-

тефактами, заимствованными в процессе догоняющей модернизации, становится очевидной сложность процессов социального конструирования/формирования информационно-коммуникационных технологий в российских условиях.

Мы занимаемся исследованием процессов социальной адаптации ИКТ современным российским обществом с 2007 г. Некоторые результаты первого этапа исследований представлены в нашей совместной с Е.Г. Дьяковой монографии [7] и ряде статей. В данной работе нам хотелось бы с позиций социального конструкционизма рассмотреть некоторые особенности освоения информационно-коммуникационных технологий в малом промышленном городе. В основу анализа положены результаты серии из трех фокус-групп, которые были проведены в г. Полевском Свердловской области в мае 2009 г.

Выбор этого населенного пункта в качестве объекта для исследования был обусловлен тем, что, с одной стороны, его можно рассматривать в качестве типичного малого промышленного города Свердловской области. С другой стороны, он обладает уникальным набором характеристик. Полевской находится всего в 40 километрах от Екатеринбурга – одного из крупнейших российских мегаполисов, в котором информационная революция идет опережающими темпами. Традиционно выпускники школ г. Полевской получали высшее образование в Екатеринбурге, а в постсоветскую эпоху весьма распространенной становится занятость в Екатеринбурге при продолжающемся проживании в Полевском. В то же время это одно из старейших поселений Урала. Его северная часть (бывший пос. Северский, основанный в 1735 г.) до сих пор сохраняет традиционную структуру уральского горнопромышленного поселения, сочетающего черты городского и деревенского образа жизни. Это означает, что процессы адаптации информационно-коммуникационных технологий в Полевском происходят, с одной стороны, под влиянием соседнего мегаполиса, хотя и с некоторым, вполне объяснимым отставанием, а с другой – под воздействием типичных для малого города традиционных структур коммуникации. Это порождает заметно более сильные, чем в мегаполисе, межпоколенческие разрывы, а также ряд специфических способов освоения информационно-коммуникационных технологий.

В г. Полевском состоялись три фокус-группы.

Фокус-группа № 1 с участием молодых жителей г. Полевского. В этой группе приняли участие девять человек – пять девушек и четверо юношей в возрасте от 18 до 24 лет. Все участники фокус-группы умели пользоваться компьютером и за исключением одного имели дома компьютер, у шести участников имелся домашний Интернет. Восемь из девяти участников заявили, что пользуются компьютером ежедневно, один (не имеющий собственного компьютера) –

не реже двух раз в неделю. Что касается Интернета, то пользуются им ежедневно три участника, пятеро выходят в Интернет несколько раз в неделю, и только один – несколько раз в месяц. Все участники фокус-группы имеют сотовые телефоны.

Фокус-группа № 2 с участием жителей г. Полевского среднего возраста, имеющими навыки пользования компьютером и Интернетом. В фокус-группе приняли участие девять человек: пять женщин и четверо мужчин в возрасте от 25 до 50 лет. В той или иной степени умели пользоваться компьютером семь участников из девяти, причем у всех семерых использование компьютера входило в служебные обязанности. Двое (мужчин и женщины со средним специальным образованием, по специальности – рабочие) навыков работы на компьютере не имели вообще.

Домашние компьютеры имели пятеро участников фокус-группы № 2 из девяти, домашнее подключение к Интернету – четверо. Четверо участников заявили, что пользуются компьютером ежедневно. Ежедневно пользовались Интернетом трое участников фокус-группы № 2, двое пользовались им не реже одного раза в месяц. Все участники фокус-группы имели сотовые телефоны.

Фокус-группа № 3 с участием пожилых жителей г. Полевского. В фокус-группе приняли участие девять человек: пять женщин и четверо мужчин в возрасте старше 55 лет.

Ни один из участников фокус-группы не умел пользоваться компьютером. Домашний компьютер имелся у двух участников (проживающих вместе с детьми), у одного участника он был подключен к Интернету. В то же время, как показал ход фокус-группы, участники активно пользуются традиционными СМИ, прежде всего электронными: в ходе обсуждения они неоднократно в подтверждение своих мыслей приводили примеры из информационных программ и телесериалов. Сотовые телефоны имелись у семи человек из девяти.

Проводилась сравнительная оценка дискурсов непосредственного восприятия пользователями не только компьютера и Интернета, но и мобильной связи (с учетом того, что данные технологические объекты начали осваиваться пользователями практически параллельно).

Сразу подчеркнем, что в Свердловской области в целом уровень проникновения мобильной связи превышает 125%, то есть по данному параметру информационное неравенство практически отсутствует. Что касается компьютеров и Интернета, то уровень их проникновения заметно ниже, что вполне объяснимо. В данном случае действует общемировая модель освоения компьютера: как и любая новая технология, он осваивается «сверху вниз», от наиболее обеспеченных и образованных слоев к менее образованным и менее

обеспеченным, причем молодые люди осваивают новые технологии быстрее, чем пожилые.

Фокус-группы показали значительные различия в процессах социальной адаптации мобильного телефона и компьютера. Отчасти они были связаны с тем, что мобильный телефон не только заметно дешевле компьютера, но и обладает более низким «порогом доступности». Когда речь идет о мобильном телефоне, потребители могут опираться на знания, полученные в ходе пользования стационарным телефоном. Конечно, им приходится освоить и ряд новых навыков (например составлять телефонную книгу или отправлять sms-сообщения). При использовании компьютера потребителям приходится формировать необходимые методы работы с самого начала. Как указывали участники, единственное, что им пригодилось при освоении компьютера, – это опыт работы на пишущей машинке. Однако в советскую эпоху она отнюдь не была предметом всеобщего пользования, кроме того, как и во всем мире, считалась принадлежностью лишь особой женской профессии (подвергавшейся к тому же достаточно жесткому контролю не только со стороны организаций, но и со стороны органов власти).

Учитывая большой объем полученного материала и сложность проблемы адаптации компьютеров и Интернета в рамках догоняющей модернизации, в данной статье мы рассмотрим только вопросы, связанные с вхождением пользователей в мир мобильной телефонии.

Отметим, что у самых молодых и считающих себя «продвинутыми» пользователями (фокус-группа № 1) сотовый телефон находится на стадии превращения в анонимный объект. Он воспринимается как необходимая характеристика «взрослой» жизни и «взрослого» общения*:

«У меня три года назад не было ни стационарного, ни домашнего [телефона]. Родители подарили на окончание школы. Раз я вступила во взрослую жизнь, чтобы родители были в курсе, где я нахожусь. Потом в семье у всех появились телефоны: у папы, у мамы, у бабушки. Очень удобно, что не надо к человеку идти пешком, как раньше, искать его, а просто позвонили и пообщаться».

Данное высказывание отражает реалии малого города, где до появления сотовой связи уровень телефонизации не превышал 20% (так, например, в поселке Северском, по словам участников, собственный стационарный телефон в советские времена был исключительной редкостью). Характерно, что участники фокус-группы № 1 противопоставляли мобильный телефон не стационарному телефону, а необходимости *«идти пешком, как раньше»*. Иными словами, они резко, скачком перешли от неопосредованного межличностного

* Далее в статье цитаты из интервью (курсив) приводятся в разговорном стиле без редактирования.

общения к опосредованному. Возможно, этим объясняются случаи «избыточного» использования мобильной связи и тогда, когда никакой необходимости в опосредованном общении нет:

«Телефон – это удобство. Только встал, лежишь на диване, всем позвонил, все узнал и никуда вставать не надо ☺! Я, бывает, в другую комнату маме звоню: чай поставь!».

Одновременно обращает на себя внимание очень высокая насыщенность приведенных высказываний гендерными стереотипами. Первое высказывание принадлежит девушке, которая четко формулирует, что мобильный телефон является формой контроля родителей за ее поведением («чтобы родители были в курсе, где я нахожусь»). Второе – юноше, который использует сотовую связь, чтобы контролировать поведение матери (находящейся в соседней комнате).

О том, что мобильный телефон приобретался именно с целью контроля говорили и другие участницы фокус-группы № 1. Особенно актуальной проблема контроля становилась, когда участницы отправлялись из Полевского на учебу в Екатеринбург.

«Мне телефон купили в 2003 году. Я училась в Екатеринбурге, снимала квартиру без телефона, а мам у меня такая, что хотела знать, как прошел мой день, где я и что я. Я была просто в восторге, что могу позвонить куда угодно, кому угодно, и главное откуда угодно».

Отметим, что главное преимущество мобильной связи («куда угодно и откуда угодно») было упомянуто этой участницей после того, как она ввела тему контроля, причем ввела в достаточно негативном контексте (косвенная жалоба на гиперопеку со стороны матери).

Таким образом, в ходе наших исследований подтвердился вывод о том, что мобильный телефон стал частью гендерного дисплея в процессе социального взаимодействия.

Этот вывод подтверждается и следующим интересным сюжетом о приобретении мобильного телефона по инициативе младших членов семьи (участники фокус-группы оказались братом и сестрой). Приведем соответствующий фрагмент обсуждения.

– М: *Первый сотовый лет пять назад я сам себе купил. Сотовых тогда не было в семье. У нас телефона вообще не было. Вообще сотовых очень мало было. Решил, что пригодится, чтобы связь с бабушкой и дедушкой держать ☺.*

– Ж: *Это я решила, что нужен сотовый – чтобы с бабушкой дедушкой [общаться], и маме на работу звонить. Еще ни у кого не было у друзей. Мы сговорились и купили с братом. На деньги, которые на день рождения бабушка дала. Мы сначала [телефон] прятали... Родители говорили – зачем он нужен! Потом только начали привыкать, сами начали звонить, спрашивать... Поняли что без него никак. А потом на стационарный телефон цены возросли, и у*

всей семьи появились [сотовые] телефоны. А себе я купила три года назад, и мысль была: наконец-то у меня есть связь!

Отметим характерное распределение гендерных ролей: первый телефон в семье достается брату, а сестра, по инициативе которой он, собственно, и был приобретен, получает телефон позже. При этом оба участника настойчиво подчеркивали, что на момент приобретения мобильные телефоны отсутствовали не только у членов семьи, но и у друзей (подразумевая, что наличие собственного мобильного телефона резко подняло их статус в микрогруппе). Любопытен и мотив «приучения» родителей к мобильной телефонной связи. Как будет показано ниже, этот мотив довольно часто повторялся в ходе фокус-групп № 2 и 3, причем воспроизводили его именно женщины.

Так же часто повторялся и мотив дара: женщины всех возрастов постоянно упоминали, что приобретение мобильного телефона не было их инициативой, и что это был дар членов семьи с более высоким статусом.

Таким образом, мобильный телефон для молодых девушек – участниц фокус-группы № 1 – это одновременно и повседневная вещь, и статусный символ, и инструмент контроля со стороны старших членов семьи.

Для женщин-участниц фокус-группы № 2 была характерна несколько иная динамика освоения нового вида технически опосредованной коммуникации. Они отмечали, что в первые дни пользования мобильным телефоном не только не испытали восторга, но и оценили новое устройство как ненужную «мужскую игрушку», им понадобилось время, чтобы «одомашнить» это изобретение путем «перестройки» внутрисемейных связей.

«В девяносто девятом году были задержки зарплат, а муж купил телефон! Он был такой большой, ловил только там еле-еле кое-что... Я все думала – зачем он купил? А потом мы научили ребенка пользоваться – он в пять лет оставался один дома.... У нас домашнего [телефона] не было, он оставался один надолго, и то, что он умел пользоваться... Я единственно в эйфории не была, потому что связь была плохая – не все ловилось, как сейчас. Сестра в Калининграде – не дозвонишься, сын уехал туда – тоже. Проводная связь была надежнее».

«Первый раз я увидела на работе у мужчины, и посчитала – совсем ненужная вещь! Он на работе все равно звонил с рабочего [телефона], и я решил, что он понтуется! Если нужно, можно из дома поговорить. Потом уже, когда у сына и мужа появились, я поняла. Они мне из сада нашего звонили! А когда мне подарили, оказалось так классно, что мы обоим бабушкам купили. У них телефонов нет, и им так нравится! Мама теперь и в деревню в Башкирию сестрам звонит. Там обычного телефона нет, а сотовый есть. Так

удобно и так современно – можно и поговорить, и голос услышать родного человека, и узнать, что с ним и как».

В последнем высказывании очень четко описана внутрисемейная логика проникновения мобильной связи: сначала телефон приобретает себе муж, затем аппарат появляется у детей (причем у сыновей раньше, чем у дочерей), следующая на очереди – жена, и только потом – старшие члены семьи («бабушки и дедушки»). Не трудно заметить, что эта логика воспроизводит «естественное» распределение гендерных ролей и статусов внутри семьи: чем выше статус, тем раньше у данного члена семьи появляется новое устройство.

Тема использования мобильного телефона для контроля за местоприбытием других членов семьи постоянно повторялась и в ходе фокус-группы № 2.

«Первый раз я не пользовалась, только подержала в руках... А пользоваться стала три года назад. Первый был дочери телефон, а три года назад свой появился. Первым муж себе купил, потом ребенку. Он работает в Екатеринбурге, а мы находимся здесь. Прекрасно сразу стало – можно позвонить, узнать, где он».

«Первый сотовый я увидела у подруги, и восхитилась, как она контролирует дочь, куда она пошла и что делает. Она именно для этого и купила. И мы через год всей семье купили, чтобы было общение. Удобная вещь – у мужа работа была связана с командировками, я всегда волновалась, а тут спокойно. Позвонит: «Я задерживаюсь», и все нормально».

На первый взгляд, контроль за поведением мужа и контроль за поведением ребенка однотипны. Однако здесь явно имеет место противоположная направленность коммуникационных потоков: в первом случае родители контролируют, чем занят ребенок, во втором – муж сам информирует жену о своем местонахождении. Соответственно, жене, чтобы контролировать поведение мужа приходится применять «стратегию слабых» (*можно позвонить самой, узнать, где он*).

Хотя женщины среднего возраста успешно «одомашнили» мобильный телефон, в их понимании он не успел еще полностью превратиться в анонимный объект и продолжает оставаться символом социального успеха и приобщения к современности.

«Я лет пять назад впервые увидела... Сначала у детей появился, потом у мужа, потом дети подарили мне на день рождения простенький такой. У меня неделю было чувство богатой женщины от простого телефона! Дети подарили, они сами на ноги встают – и мне радостно было, что они могут подарить, что у них достаточность есть. И у меня не было подарков таких дорогих никогда. Я так боялась потерять! Осваивала его долго, там все ломалось, и дети делали ремонт. Теперь привыкла, а перед дорогими телефонами у меня [остался] страх – потеряешь, сломается. Мне

такого [дешевого телефона] хватит, навороты все эти, камеры, ничего не надо».

У данной участницы сохранилось четкое представление о том, что мобильный телефон сравнительно недавно был предметом престижного потребления. Остальные участники фокус-группы № 2, наоборот, стремились подчеркнуть, что это устройство объектом престижного потребления уже не является, а превратилось в неотъемлемую часть городского образа жизни и полностью интегрировалось в повседневные социальные практики. Приведем соответствующие мнения двух участников групп – мужчины и женщины.

–М: Теперь украли телефон, ну и что? Пошел и купил другой.

–Ж: Я в Свердловске ехала в автобусе, и при пересадке держала в руке. Села – нету. Я так расстроилась! Но потому, что у меня столько там телефонов знакомых...

–М: Именно что потерял список телефонов и придется восстанавливать.

–Ж: А я бы расстроилась, что дети подарили, а я потеряла.

–М: Я не большой любитель говорить по телефону, но сейчас без него никак... Меня это не вставляет: надо – позвоню, не надо – не позвоню. Как ручку используем. Авторучка должна быть в кармане всегда. Или вместо часов – часы сняла с руки и всегда телефон у меня.

–Ж: Еще как будильник. Или как другие электронные вещи. Как машину стиральную.

–М: Да. Покупаешь в меру необходимости – без него никуда. Новый купил, старый делегировал ребенку. У меня клиенты все с телефонами...

–Ж: Мы даже маму научили, хотя она раньше вообще не подходила. И свекровь, которая говорит, что от сотовых телефонов тараканы умерли, и та пользуется.

Здесь налицо характерное распределение гендерных ролей. Для мужчины потеря сотового телефона – это неудобство скорее рационального плана (надо восстанавливать список адресов), в то время как женщина рассматривает ущерб как эмоциональный («*дети подарили, а я потеряла*»). Не менее характерно, что мужчина сравнивает сотовый телефон с авторучкой, а женщина – со стиральной машиной. Завершающая реплика женщины подчеркивает тотальный характер освоения нового артефакта: им пользуются даже пожилые женщины, традиционно игнорирующие новые технологии.

Таким образом, женщины среднего возраста успешно включили в свой обиход мобильный телефон и приняли уже существующую систему внутрисемейного общения.

Самое неоднозначное отношение к мобильной связи было зафиксировано в фокус-группе № 3 у жителей старшего возраста города Полевского. Примерно половина участников фокус-группы

охотно использовали мобильную связь для поддержания внутрисемейной коммуникации. При этом модель освоения мобильной связи в группе пользователей старшего возраста была аналогична той, которая была зафиксирована в фокус-группе № 2: мужчины приобретали мобильный телефон первыми и по собственной инициативе, женщины – получали в дар от членов семьи с более высоким статусом, причем это происходило на сравнительно позднем этапе. Но даже при этом требовалось время или экстремальная ситуация, чтобы пожилые женщины могли осознать пользу нового устройства.

М: «У меня есть. Для меня это первая необходимость! Я сам купил, вдруг кого-то вызывать надо или как. Или хожу гуляю... В семье у всех есть, внук уже третий сменил!».

Ж: «Так телефона не было, а вот когда раз пять в больнице полежала, появилась необходимость купить телефон. Сын подарил, и он при всякой необходимости под рукой. Вообще когда что-то новое появляется, всем охота, и нам тоже».

Главным преимуществом мобильной связи участницы фокус-группы № 3 считают возможность разговаривать «везде».

«У меня есть телефон, внучата подарили. Это очень удобная вещь, более чем удобная. Первое время, конечно, привыкали, а сейчас запросто разговариваем. Можно хоть куда его с собой взять: хоть дома, хоть в сад, хоть в лесу, и без границ. Можно звонить на край света!».

Характерно, что от перечисления конкретных локусов, откуда можно выйти на связь (дом, сад, лес), участница фокус-группы перешла к метафорическому «краю света», и более того – использовала выражение «без границ». Можно говорить о том, что в данном возрастном сегменте освоение мобильной связи создает тот же эффект «уничтожения пространства», который в более младших возрастных сегментах порождает освоения Интернета.

Однако эффект «уничтожения пространства» вовсе не обязательно воспринимается однозначно позитивно. Не случайно часть участников фокус-группы № 3 декларировала свое нежелание пользоваться мобильным телефоном, причем подводила под это нежелание «идеологическую базу». Очень важно, что лидировали в данном процессе участники-мужчины. Приведем соответствующий фрагмент обсуждения полностью.

–Ж: Сотовые теперь есть у всех, у большинства.

–Ж: У меня нет, но, наверно, скоро подарят!

–Ж: У меня сотовый есть, мне подарок дети сделали...

–М: Понятно, что дети – не профсоюз же подарил!

–М: Я, может быть, консерватор, у меня есть, но я им не пользуюсь. Дочь подарила, но я не заряжаю. В [мобильном] телефоне у меня нет необходимости – дома есть телефон, дочь туда звонит по мобильнику...

–М: Я вообще к нему отношусь отрицательно: идешь по улице и смотришь, всюду разговаривают. Из-за сотовых люди в гости перестали ходить. Раньше думаешь: дай-ка пойду, внезапно придешь, узнаешь информацию, чаю выпьешь, или к тебе придут. А тут минуты полторы – две и всю информацию узнал! [Сотовый телефон] преждевременный в нашем обществе.

Как видим, пожилые мужчины были недовольны тем, что мобильные телефоны разрушают привычную структуру внутригрупповой коммуникации. Подчеркнем, что речь идет о внутригрупповой коммуникации именно в малом городе: в мегаполисе «внезапный приход» в гости (без предварительной договоренности или звонка по телефону) воспринимался как грубое нарушение этикета и в советский период. Для поддержания традиционной коммуникативной структуры в малом городе телефон не нужен. Можно сказать, что в данном случае участники возвели нужду в добродетель (учитывая крайне низкий уровень телефонизации Полевского в советские времена). Однако фактом остается то, что технически опосредованная коммуникация воспринимается ими как избыточная. Характерно, что для одного из участников (старше 70 лет), телефон вообще не являлся средством коммуникации, а рассматривался как источник получения информации: для него существовал единственный номер – «Справочное 09».

Если пожилые мужчины агрессивно реагировали на разрушение привычной неопосредованной внутригрупповой коммуникации, по сравнению с которой контакт посредством мобильного телефона воспринимается как узкопрагматический, лишенный ритуальной составляющей, то для пожилых женщин была характерна столь же агрессивная реакция на «избыточное общение» по мобильному телефону, характерное для молодежной субкультуры. Приведем соответствующий фрагмент обсуждения.

–Ж: ... Они заменили общение тет-а-тет трубкой. Сейчас неважно, где ты – в теплице или где. Хотя все равно удивляешься, когда говорят: разговаривал с другим городом откуда! Но техникой надо уметь пользоваться... То есть на людях, когда сорок-пятьдесят человек, не надо орать, что почем, и всю родню собирать в кучу¹!

–Ж: Недавно ехала из Екатеринбурга, и два человека какой только бред не несли. Если бы это выстроить в конспект, что он отвечает, это было на грани шизофрении – дебилизм неярко выраженной формы. И кто-то сидит так, кто-то расселся этак. Или

¹ Белоруссия в качестве места, где умеют пользоваться мобильной связью, появилась в данном высказывании не случайно. Как известно, для значительной части пожилых людей эта бывшая советская республика выступает в качестве хранилища лучших советских традиций, где все делается правильно именно потому, что по-советски.

девочка молодая – у нее телефон как носовой платок в сумке, а какую ахинею несут!

–М: Этот зависит от человека.

–Ж: У тех, кому четырнадцать – пятнадцать лет, это вообще... Юбку задрала, трусы наружу выставила и начала чушь нести!...

Обращает на себя внимание то, что острие критики направлено против молодых *девушек*, чье поведение однозначно толковалось не просто как вызывающее, но как развратное, нарушающее жестко табуированные в глазах пожилых женщин нормы.

Но перед нами не только стремление подчинить общение по мобильному телефону привычным нормам. Не явно, однако участницы фокус-группы все же исходили из того, что технически опосредованная коммуникация вообще не должна иметь личностной составляющей и осуществляться только «по работе». Подобная модель предполагает, что большая часть телефонных аппаратов находится на рабочих местах для общего пользования. Участники фокус-группы не могут принять «избыточности» мобильной коммуникации, поскольку привыкли существовать в условиях имевшегося в советские времена острого «телефонного дефицита» (как части общего информационного дефицита). Личный стационарный телефон служил признаком принадлежности его владельца к местной элите и не был доступен большей части населения. Общение по рабочему телефону достаточно жестко контролировалось как внешним надзором, так и соответствующими этикетными нормами, согласно которым длительное время говорить по рабочему телефону о личных делах было «неприлично». Процесс адаптации телефона как «женского артефакта», средства неформального и неконтролируемого межличностного общения в советском промышленном городе даже в XX в. не был доведен до конца, что и отразилось в приведенных высказываниях. Между тем в среднем классе США этот процесс завершился к началу XX в., а в низших классах – к 70-м гг. XX в. [19, с. 60-84].

Характерно, что примеры правильного использования мобильной связи участницы фокус-группы получали из телевизионных сериалов. Правильное использование сотовых телефоном предполагает также использование их должностными лицами в государственных интересах.

–А ведь можно использовать и по умному. Вот в сериале «След»: чуть что, распечаточка – кто звонил, куда, кому, и юристам и следователям ничего делать не надо, насколько полезную информацию дает. В «Следе» это так красиво преподносится!

Отсюда и требования обучать молодежь правильному пользованию сотовым телефоном.

– Ж: *Сотовые умеют по-умному помогать, но мы не умеем пользоваться. Пусть будет, но чтобы была культура пользования телефоном. Тогда и я возьму, а пока внук передаривает друзьям...*

– М: *Надо, чтобы все грамотно было – по работе, если необходимость срочно позвонить, а не то, что я иду, и давай тревожить знакомых, рассказывать небылицы.*

– Ж: *Надо, чтобы учителя учили, как вести себя в обществе, и с телефоном тоже.*

Мобильная связь успешно вписывается в советский этатистский дискурс: техника является воплощением государственного могущества и должна служить государству. Именно на языке этого дискурса подробнее и охотнее всего рассуждали о мобильной связи пожилые женщины и пожилые мужчины.

В целом проведенное исследование показало, что социальная адаптация новых информационно-коммуникационных технологий в малом городе идет не только с разной скоростью, но и в разных качественных формах, и порождает разнообразие дискурсивных практик и прагматических, и идеологических, и мифологических. При этом такая адаптация имеет выраженную специфику, связанную, с одной стороны, с длительным сохранением в малом промышленном городе традиционной («деревенской») структуры межличностной коммуникации и соответствующих ритуалов, а с другой – с незавершенностью процессов превращения стационарного телефона в гендерно нейтральный анонимный объект.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. *Арестова О.Н., Войскунский А.Е.* Гендерные аспекты деятельности в Интернете. // Гуманитарные исследования в Интернете. М.: Терра-Можайск, 2000. С. 290-313.
2. *Войскунский А.Е.* Пол. Гендер. Интернет // Вестник Российского Гуманитарного научного фонда, 2004. № 1. С. 169-178.
3. *Гладарев Б.С.* Женщина, мужчина и мобильный телефон // Социологические исследования, 2006. № 4. С. 68-76.
4. *Гришина Г.* Женщины в паутине Интернет // We/Мы: Диалог женщин, 2000. Спецвыпуск. С. 27-28.
5. *Дьякова Е.Г.* Компьютер и Интернет глазами пользователей // «Электросвязь», 2009. № 9. С. 8.
6. *Дьякова Е.Г.* Социокультурные аспекты и национальные модели решения проблемы информационного неравенства // Вестник Уральского государственного университета. Сер. 3. «Общественные науки», 2010. № 1(73). С. 17-27.
7. *Дьякова Е.Г., Трахтенберг А.Д.* «Машина как машина»: Отношение жителей мегаполиса к новым информационным технологиям (на примере г. Екатеринбург). Екатеринбург: УрО РАН, 2008. 104 с.
8. *Митина О.В., Войскунский А.Е.* Интернет в гендерном измерении // Введение в гендерные исследования. М.: Аспект Пресс, 2005. С. 204-216.
9. *Смирнова О.* Интернет-феминизация, или Следы ступней на мониторе // Журналист, 2009. № 3. С. 55-57.

10. Фонд «Общественное мнение». Интернет в России. Методика и основные результаты исследования. Вып. 29. Весна 2010 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://bd.fom.ru/report/cat/smi/smi_int/int290610_pressr (проверено 15.07.2010 г.).
11. MASMI Research group. Женщины пока не готовы платить за общение в Интернете // RuМетрика: Цифры в Интернете. 06.05.2010 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rumetrika.rambler.ru/review/2/4325> (проверено 20.07.2010 г.).
12. *Barker J., Downing H.* Word Processing and the Transformation of the Patriarchal Relations of Control in the Office // *Capital & Class*, 1980. № 4. P. 64-99.
13. *Bijker W., Hughes T., Pinch T.* (eds.). *The Social Construction of Technological Systems: New Directions in the Sociology and History of Technology*. Cambridge: MA. MIT Press, 1987. 419 p.
14. *Caputi J.* Seeing Elephants: The Myths of Phallotechnology // *Feminist Studies*, 1988. № 14. P. 490-514.
15. *Cockburn C.* Abriendo la caja negra: la tecnologia en los analisis de la sociologia feminista // *Sociologia del trabajo*, 1992. № 15. P. 91-108.
16. Commission of the European Communities. Annual Information Society Report 2009: Benchmarking i2010: Trends & Main Achievements [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ec.europa.eu/information_society/eeurope/i2010/docs/annual_report/2009/sec_2009_1103.pdf (проверено 25.07.2010 г.). 55 p.
17. *Edwards P.N.* *The Closed World: Computers and the Politics of Discourse in Cold War America*. Cambridge: MA. The MIT Press, 1996. 440 p.
18. *Fallows D.* How Women and Men Use the Internet // Pew Research Center Internet & American Life Project, 2005 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2005/PIP_Women_and_Men_online.pdf (проверено 25.07.2010 г.). 45 p.
19. *Fisher C.S.* *America Calling. A Social History of the Telephone to 1940*. Berkeley: Univ. of California Press, 1992. 424 p.
20. *Haraway D.* A Cyborg Manifesto: Science, Technology and Socialist Feminism in the Late Twentieth Century // *Simians, Cyborgs & Women: The Reinvention of Nature*. N.-Y.: Routledge, 1991. P. 149-181.
21. *Hoffman J.* Writers, Texts & Writing Acts: Gendered User Images in Word Processing Software // *The Social Shaping of Technology*. 2nd ed. L. Open Univ. Press, 1999. P. 222-241.
22. *Lie M.* Technology and Masculinity: The Case of Computer // *European Journal of Women's Studies*, 1995. V. 2. P. 379-394.
23. *McKenzie D., Wajcman J.* (eds.) *The Social Shaping of Technology*. 1st ed. L. Open Univ. Press, 1985. 462 p.
24. *Pfaffenberger B.* The Social Meaning of Personal Computer: or, Why the Personal Computer Revolution was No Revolution // *Anthropological Quarterly*, 1988. V. 61. № 1. P. 39-47.
25. *Silverstone R., Mansell R.* (eds.) *Communication by Design. The Politics of Information and Communication Technologies*. Oxford: Oxford Univ. Press, 1996. 240 p.
26. *Van Zoonen L.* Gendering the Internet: Claims, Controversies and Cultures // *European Journal of Communication*, 2002. V. 17. P. 5-23; 9-10.
27. *Wajcman J.* Feminist Theories of Technology // *Cambridge Journal of Economics*, 2010. № 34. P. 143-152.
28. *Zuboff Sh.* *In the Age of the Smart Machine: The Future of Work and Power*. N.-Y.: Basic Books, 1988. 425 p.

RESUME

Anna Davidovna Trakhtenberg, Candidate of Political Science, senior researcher, Institute of Philosophy and Law, Ural Branch of Russian Academy of Sciences. Ekaterinburg, (343) 362-81-38 cskiit@yandex.ru

Information Revolution in Russia: Gender Differences in the Process of Social Shaping of IT in a Small Ural Town

The main directions of feminist sociology of techno-science are considered. Techno-feminism is chosen as methodological ground for the analysis of results of empirical research of IT adaptation in town Polevskoi of Sverdlovsk oblast'.

Techno-feminism, SCOT, domestication of technology, IT, mobile phones.

Материал поступил в редколлегию 30.07.2010 г.