

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА

Горошко Олена Ігорівна

УДК: 316.77+316.342.2.

ГЕНДЕРНІ АСПЕКТИ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЙ

Спеціальність 22.00.04 – спеціальні та галузеві соціології

АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня

доктора соціологічних наук

Харків – 2010

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана у Харківському національному університеті імені В. Н. Каразіна, Міністерство освіти і науки України.

Науковий консультант:

член-кореспондент НАН України, доктор соціологічних наук, професор
Бакіров Віль Савбанович,
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, завідувач кафедри прикладної соціології, ректор;

Офіційні опоненти:

доктор філософських наук, професор
Жеребкіна Ірина Анатоліївна,
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, професор кафедри теорії культури та філософії науки, завідувач лабораторії гендерних досліджень;

доктор соціологічних наук, старший науковий співробітник
Костенко Наталія Вікторівна,
Інститут соціології НАН України, завідувач відділу соціології культури і масової комунікації;

доктор соціологічних наук, доцент
Щербина Віктор Миколайович,
Інститут культурології Академії Мистецтв України, завідувач відділу соціологічних досліджень та аналізу проблем української культури

Захист відбудеться 16.03.2010 року о 12 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 64.051.15 у Харківському національному університеті імені В. Н. Каразіна за адресою: 61077, м. Харків, пл. Свободи, 4, ауд. 2-49.

З дисертацією можна ознайомитись у Центральній науковій бібліотеці Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна за адресою: 61077, м. Харків, пл. Свободи, 4.

Автореферат розісланий 15.02.2010 р.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради

доц. І. І. Шеремет

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Однією з найбільш знаменних подій сучасності є виникнення і стрімке поширення світової комп'ютерної мережі - Інтернету. Неможливо переоцінити значення цієї події для існування і розвитку суспільства. Інтернет безпрецедентно перетворює світ людини, постійно породжує нові соціальні зміни. Феномен розвитку Інтернету та його соціальних наслідків не міг не відбитися у величезній кількості наукових досліджень. Література, присвячена соціально-гуманітарному осмисленню Інтернету, вражає своєю кількістю. Щоденно друкуються сотні нових праць, у яких робиться спроба відстежити й оцінити глибокі зміни, які спричиняє Інтернет в економічних, соціально-політичних, освітньо-культурних структурах сучасного суспільства, спрогнозувати їх подальший розвиток. Проте доводиться констатувати, що на сьогодні наукове осмислення процесів, які відбуваються у соціальному просторі Інтернету, та змін у суспільстві, викликаних його впливом як на рівні теорії, так і на рівні емпіричних досліджень, суттєво відстає від розвитку самого Інтернету. Не вирішена проблема створення моделей, що описують процеси соціальних взаємодій, які відбуваються у мережі Інтернет, відсутні обґрунтовані прогнози щодо подальшого розгортання Глобальної павутини та соціокультурних наслідків цього процесу.

Поява Інтернету радикально змінила форми, зміст, механізми, функції соціальних комунікацій. Соціальні комунікації за допомогою Інтернету (інтернет-комунікації) – феномен, який досліджується багатьма науковими дисциплінами – від соціолінгвістики до політичної психології, від культурології до соціальної антропології, від економіки до зв'язків з громадськістю. При вивченні інтернет-комунікації застосовується міждисциплінарний підхід, який потребує інтеграції методологій, інструментаріїв, понятійно-категоріальних апаратів тощо. Але перш за все цей феномен потребує соціологічного осмислення, тобто виявлення форм, механізмів і наслідків впливу Інтернету і, відповідно, інтернет-комунікацій на соціальну реальність, на загальну архітектоніку соціальних процесів і інститутів, з одного боку, і залежність розвитку і використання інтернет-комунікацій від конкретних соціальних, культурних і ментальних контекстів - з іншого.

Однією з найгостріших і найболючіших соціальних проблем сучасних суспільств, особливо пострадянських, є пошук цивілізованої й органічної моделі гендерних стосунків. Сучасне суспільство відчуває гостру необхідність переходу від патріархатної культури до культури біархатної, в якій чоловічі та жіночі виміри суспільного життя мають бути органічно збалансовані. Цей перехід є іманентною умовою загальнолюдського руху до демократизації людства та його сталого розвитку, є одним з найважливіших чинників гуманізації суспільного життя.

Виникнення і бурхливий розвиток інтернет-комунікацій значною мірою позначається і на цій проблемі, впливає на широкий спектр процесів,

пов'язаних з трансформацією гендерних стосунків, відкриває нові можливості для позитивних тенденцій, водночас створює нові серйозні ризики та ускладнення. Тому соціологічний аналіз гендерних аспектів інтернет-комунікацій є надзвичайно актуальною науковою проблемою, без розв'язання якої, неможливо будувати справедливу та ефективну гендерну політику суспільства, його державних і недержавних інститутів. Такий аналіз є важливою складовою соціологічного вивчення соціальних трансформацій, пов'язаних зі зміною культурних норм і стосунків між чоловіками і жінками на всіх рівнях сучасного соціуму, виявлення їх глибинних впливів на загальний хід сучасних цивілізаційних трансформацій, суттєвого розширювання можливостей розуміння й прогнозування соціальних наслідків розвитку та поширення інтернет-комунікацій в українському сьогоденні.

З позицій *теорії інформаційного суспільства* спроби осмислення нової реальності, пошук основних характеристик сучасного стану суспільства, а також ролі інформаційних технологій у становленні та розвитку інформаційного суспільства були зроблені такими вченими, як Д. Белл, Дж. Гельбрейт, М. Кастельс, М. Маклюєн, У. Мартін, Й. Масуда, М. Постер, Д. Тапскотт, Є. Тоффлер, А. Турен, Ф. Уебстер та ін. Серед українських та російських дослідників, які висвітлювали питання формування та розвитку інформаційного суспільства, варто згадати Р. Абдєєва, Л. Бевзенко, О. Белінську, Т. Березу, О. Бікулова, С. Бондаренка, М. Вершиніна, Є. Войсунського, О. Голобуцького, Б. Головка, А. Горбачика, С. Дацюка, С. Дятлова, В. Ємеліна, А. Жичкіну, М. Згуровського, Д. Іванова, В. Іноземцева, А. Колодюка, С. Коноплицького, Н. Костенко, Д. Кутюгіна, О. Лобовікову, О. Личковську, С. Макєєва, І. Мальковську, І. Мелюхіна, Н. Мойсеєва, О. Путилову, А. Ручку, О. Рунова, І. Солдатенко, А. Сухарева, О. Чистякова, Є. Швеця, О. Шевчука, В. Щербину та деяких інших.

Підкреслимо, що дослідження закордонних учених із соціологічного аналізу Інтернету з'явилися ще на початку 90-х років минулого століття. У країнах СНД, які підключилися до мережі Інтернет у середині 90-х (Росія в 1993 році, Україна в 1994 році (тобто значно пізніше, ніж Європа або Північна Америка)), дослідження на цю тему стали з'являтися лише на початку нинішнього століття. Однак на цей час феномен Інтернету вже є об'єктом досить сталої дослідницької уваги й інтересу з боку соціально-гуманітарних дисциплін як в Україні, так і в країнах СНД у цілому. Усе частіше й частіше, особливо у XXI столітті, дослідники починають говорити про Інтернет як про *простір соціальних комунікацій* (О. Аладишкіна, Д. Кутюгін, М. Раскладкіна, О. Родіонов) та *окремі соціально-комунікативний інститут* (О. Бікулов, С. Бондаренко, С. Михайлов, Н. Прохорова, О. Путилова, О. Рунов, О. Чистяков). В Україні увагу соціологів привертає проблематика якісного й кількісного складу аудиторії Інтернету (О. Балабанова, О. Білорус, Є. Головаха, Б. Головка, А. Горбачик, О. Кислова, С. Коноплицький, Н. Костенко, І. Лукінова, Н. Меджибовський, Л. Нікітіна, О. Носова, С. Романенко, Т. Рудницька, В. Тарасенко,

В. Щербина); феномен кіберкультури (Є. Прохоренко); політичні комунікації в Уанеті (І. Балинський) та визначення соціальних детермінант кіберпростору (А. Петренко-Лисак) та ін.

Якщо ж розглядати розвиток гендерних досліджень у вітчизняній соціології, то гендерна проблематика в українському суспільстві висвітлювалась у роботах Р. Ануфрієвої, А. Бойко, І. Жеребкіної, О. Качанової, Н. Лавриненко, Л. Малес, С. Оксамитної, О. Стрельник. Гендерні проблеми в ЗМІ й рекламі розглядались у працях Н. Лисиці, М. Скорик, Т. Бурейчак, О. Белікової та інших. Питання розробки та впровадження гендерної політики проаналізовано в роботах Г. Даудової, В. Дягілева, К. Левченко.

У середині - кінці 90-х років минулого століття починають активно проводитися дослідження з вивчення Інтернету й інтернет-комунікацій у їхньому взаємозв'язку з гендерним фактором. У цій царині досліджень першість також належить американським та європейським ученим. У країнах СНД уперше тема визначення й опису гендерних складових інформаційного суспільства з урахуванням пострадянського контексту в соціальній філософії була розкрита в дисертаційному дослідженні М. Лихобабіна «Гендерні детермінанти інформаційного суспільства» (2006). Ряд гендерних аспектів формування інформаційного суспільства у Росії й Білорусії висвячені в роботах Н. Васильєвої (загальна проблема гендеру в інформаційному суспільстві), М. Малишевої (гендер і глобалізація), О. Гапової (глобалізація, жінки й інформаційні технології), Л. Нургалієвої (взаємовплив і перспективи глобалізації гендерних відносин, дихотомія статусної й позастатусної культури в умовах розвитку електронного суспільства), К. Санкової (функціональна роль гендерних досліджень у перехідному суспільстві), І. Остапенко (проблеми гендерної віртуальної ідентичності), О. Єльчанінової (класифікація бар'єрів, що заважають оптимальному формуванню інформаційних стратифікацій); О. Журавльової (основні категорії користувачів середовища мережі Інтернет), І. Чикалової (розвиток теорії кіберфемінізму). Серед вітчизняних дослідників гендерні проблеми в просторі інтернет-комунікацій та інформаційного суспільства, а також розвиток теорії кіберфемінізму висвітлюються в роботах І. Жеребкіної, К. Карпенко, Л. Компанцевої, І. Солдатенко, В. Суковатої та інших. На цей час інтенсивні дослідження Інтернету з гендерних позицій здійснюються О. Арестовою, Л. Архиповою, Є. Войскунським, О. Мітіною (соціально-демографічна специфіка аудиторії мережі Інтернет); О. Арестовою, Є. Войскунським, М. Лінд, Л. Перрі, І. Вассерман, Є. Вейсер (мотиваційна структура інтернет-аудиторії); С. Херрінг, Л. Вінн, Дж. Каца, Х. Міллер, Р. Матхера (гендерні особливості перебігу комунікацій у мережі Інтернет при використанні різноманітних сервісних платформ (чату, форуму, блогу, електронної пошти, персонального сайту, миттєвого меседжеру, мікроблогінгу)). Багато дослідників вивчають структуру комунікативних практик і особливості функціонування мови в мережі Інтернет (Л. Компанцева, О. Мишенкова, О. Лутовинова, Дж. Бейкер, К. Блум,

Дж. Браун, А. Брукман та інш.). Значний інтерес представляють роботи з аналізу ідентифікаційних та презентаційних практик у кіберпросторі, процесів формування віртуальної гендерної ідентичності, керування враженням (менеджмент вражень) (Л. Компанцева, І. Остапенко, О. Мітіна, А. Петренко, Н. Писаренко, Дж. Сулер, Ш. Тьокл). З позицій гендерного підходу розглядаються також окремі види соціальних комунікації, реалізованих за допомогою Інтернету (політичні, освітні, наукові, організаційні) (А. Арнольд, К. Блум та інші.). З лінгвокультурних і феміністських позицій глибоко вивчаються феномени кіберкультури (Д.Васильєва, С.Жайворонок, І.Жеребкіна, О.Кісь, Л.Компанцева, В.Суковата, І.Чикалова, О.Шерман).

Однак аж до сьогодні бракує системних і узагальнюючих спроб соціологічної інтерпретації гендерної складової інтернет-комунікацій, у т.ч. в національному сегменті мережі Інтернет – Уанеті.

Зв'язок дослідження з науковими програмами, планами, темами. Тема дослідження безпосередньо пов'язана з науковими темами й напрямком роботи кафедри прикладної соціології ХНУ імені В. Н. Каразіна, а саме: «Особливості соціальних комунікацій у сучасній Україні» (номер державної реєстрації 0103U005731) і «Комунікативні механізми соціальної й етнополітичної консолідації українського суспільства» (номер державної реєстрації 0106U00223).

Мета дослідження – соціологічна концептуалізація гендерних особливостей інтернет-комунікацій в умовах набуття українським соціумом ознак інформаційно-комунікативного суспільства.

Досягнення мети передбачає розв'язання таких **завдань**:

- систематизація новітніх теоретичних підходів щодо гендерної проблематики в умовах сучасних соціокультурних трансформацій;
- побудова міждисциплінарної моделі розвитку гендерних досліджень;
- визначення динаміки концептуального змісту теорій *інформаційного суспільства* і передумов виникнення концепції *інформаційно-комунікативного суспільства*;
- визначення та характеристики системотворчих функцій мережі Інтернет у соціокультурній детермінації характеристик *інформаційно-комунікативного суспільства*;
- систематизація теоретико-методологічних підходів до вивчення інтернет-комунікацій у соціології комунікацій;
- теоретичне уточнення категорій *Інтернет*, *національний сегмент мережі Інтернет*, *інтернет-користувач*, *інтернет-аудиторія* та *інтернет-комунікація* в рамках соціологічного дискурсу;
- соціологічне осмислення *комунікативного інтернет-простору* як віртуальної соціальності й необхідної передумови становлення і розвитку інформаційно-комунікативного суспільства;

- уточнення понять *віртуальний гендерний стереотип*, *гендерні взаємодії* і *цифрова гендерна нерівність* стосовно соціокультурного простору інтернет-комунікацій;

- проведення порівняльного аналізу веб-ресурсів які репрезентують себе як чоловічі та жіночі у мережі Інтернет, а також веб-ресурсів з гендерної тематики;

- побудова теоретичної моделі гендерних відносин, які виникають у соціокультурному комунікативному інтернет-просторі;

- встановлення взаємозв'язку гендерних процесів, що відбуваються у мережі Інтернет, з аналогічними процесами у реальному житті.

Об'єктом дослідження в роботі є процес формування соціокультурного комунікативного простору інтернет-комунікацій.

Предмет дослідження - гендерні особливості інтернет-комунікацій у цьому просторі.

Теоретико-методологічна база дослідження. Використано синтез макро- і мікросоціологічних підходів, зокрема структурно-функціонального і системного аналізу на соціетальному, груповому та індивідуальному рівнях дослідження проблеми, а також *соціокультурний підхід до аналізу суспільних трансформацій* і суспільства в цілому, застосований у роботах В.Бакірова, Є.Головахи, Б.Дубіна, С.Катаєва, Н.Костенко, М.Лапіна, А.Ручки, Н.Паніної, Л.Сокурянської, Ю.Сороки, В.Щербини та інших. В дослідженні використано теоретико-методологічний потенціал концепцій *мережевого суспільства* М. Кастельса, *віртуалізації соціального* М. Пастау й Д. Іванова, *комунікативної дії* Ю. Габермаса, *суспільства як системи комунікацій* Н. Лумана, *комунікативного прочитання соціального* І. Мальковської, а також підхід до аналізу Інтернету як *генетико-функціонального* феномена (І. Казанська, С.Тихонова), а також *інтераційну модель комунікації*, де комунікація, розглядається перш за все як певна соціальна практика (І.Гоффман, Н.Миронова, Д.Шифрін). Для аналізу представленості *жіночого* і *чоловічого* у мережі Інтернет був використаний підхід І.Тартаковської до поняття *репрезентація*, що розглядається як одна з базових культурних практик і ключовий момент у циркуляції культури й соціальних змістів. Характер дослідження визначив необхідність використання поліпарадигмального підходу до вивчення гендерних аспектів інтернет-комунікацій, а також теорії *множинності* і *номадичності* гендерного концепту (в інтерпретації Р.Брайдотті, Д.Камерон, Є.Лауретис та ін.). При аналізі результатів опитування користувачів Інтернету стосовно гендерного фактору у мережевому спілкуванні було використано *теорію комунікативних практик* або *мовної спільноти* П. Екерт і С. МакКонел-Джине.

При цьому домінуючим для виявлення закономірностей гендерної феноменології в умовах нестабільного соціокультурного середовища став якісний аналіз даних. Наголос ставився на виявленні й осмисленні фактів, які дозволяють судити про характер репрезентації у мережі культурних

концептів «фемінності/маскулінності» відповідно до змісту та інтенсивності виявлення гендерних особливостей інтернет-комунікацій.

Емпіричну базу дослідження становлять матеріали авторських дослідницьких проектів: *Вивчення сприйняття інформаційних технологій у суспільстві* (n=432, 2006 – 2008 рр.); *Дослідження мотивів використання Інтернету: гендерні особливості* (n=936, 2007 –2008 рр.); *Гендерні особливості інтернет-спілкування* (n=105, 2007 р.); *Гендерні реалії українського суспільства* (n=246, 2007 р.), а також дані опитувань, проведених у рамках проекту *Глобальний звіт про становище жінок у ЗМІ* (n=538, 2009 р., у якому авторкою було проведено 6 глибинних інтерв'ю з представникамив ЗМІ Харківського регіону). Застосовуючи *системо-центричні методи* вивчення мережі Інтернет, авторка проаналізувала 321 інтернет-джерело (2009 р.).

Був здійснений також вторинний аналіз даних досліджень Інтернету 2004–2009 рр., проведених агентствами *Nua Internet Surveys*, *Nielsen/Netratings*, *Internet World Stats*, Фондом «Суспільна думка», матеріалів і звітів з гендерних аспектів *ІКТ ООН*, *Всесвітнього банку*, *НІС СтранаRu*, *Комкон-2*, *Monitoring.ru*, *Яндекс(a)*, *Rambler(a)*, *Spylog*, *Bigmir*, *GKI*, *GFK Ukraine*, *MMI* і *КМІС*.

Дослідницьким інструментарієм слугували: *методика веб-опитування* для вивчення мотивації використання мережі Інтернет і особливостей сприйняття інтернет-комунікацій; *методика вільних асоціацій*, яка була застосована для вивчення сприйняття інтернет-реалій, динаміки зміни гендерних стереотипів, а також ціннісного ставлення до ідей фемінізму й гендерної рівності в українському суспільстві. *Контент-аналіз веб-стилю* та *методика парсингу веб-сторінок* (за допомогою пакету програм *Semonitor 4.0*) були використані при описі та вивченні репрезентацій чоловічого й жіночого в мережі Інтернет, а також веб-ресурсів з гендерної проблематики.

Наукова новизна роботи полягає у вирішенні комплексної наукової проблеми – розробки концептуальних засад дослідницької гендерної моделі стосовно інтернет-комунікацій та впливу останніх на гендерні відносини у пострадянському трансформаційному суспільстві.

Уперше:

- концептуалізовані соціально-комунікативні характеристики мережі Інтернет (швидкість та щільність комунікацій на її основі, високій рівень соціалізації індивідів за допомогою Мережі, суттєве розширення доступу до освітніх, професійних та інших ресурсів, а, отже збільшення таким чином соціального капіталу та інше), які є системотворчими для інформаційно-комунікативного суспільства, що постає зараз. Виявлено також, що з розвитком й поширенням Інтернету, він поступово перетворюється на універсальний комунікативний простір, у якому запускаються механізми *віртуалізації соціальності*, яка є неминучим соціальним ефектом новітніх інформаційно-комунікативних технологій. Це значно підсилює рівень віртуалізації суспільства в цілому;

- в інструментарій соціологічного аналізу соціальних комунікацій включено поняття «комунікативний соціокультурний інтернет-простір», який виступає як одна з форм існування інформаційно-комунікативного суспільства. Цей простір являє комунікативне середовище, що створюється людьми, їх соціокультурними комунікативними практиками, які мають свою особливу (системну) якість. Водночас він постає як опосередкована реальність, де поперебувають люди, які користуються глобальною павутиною. Цей соціокультурний простір визначає появу нової парадигми комунікативних взаємодій, враховуючи не тільки різноманітність технічних рішень доступних користувачам, але й множинність контекстів їх взаємодій;

- на основі аналізу особливостей комунікації в умовах нестабільного й постійно змінюваного соціального середовища доведено існування низки гендерних особливостей, які не залежать від типу й форм інтернет-комунікацій. Охарактеризовані параметри, за якими спостерігаються істотні зміни в порівнянні зі звичайною комунікацією, що дозволяє говорити про нестабільність і зумовленість гендерного конструкту в цілому. Так, статусне становище суб'єктів комунікацій або їх професія не настільки сильно впливають на прояв гендерних особливостей, як параметр синхронності/асинхронності комунікації або спільна комунікативна мета, на відміну від звичайного спілкування, неопосередкованого електронним каналом. Таким чином, гендер може набувати певної специфічності саме в інтернет-комунікації. Водночас існує й ряд гендерних особливостей інтернет-комунікації (використання жінками або чоловіками певних мовних засобів, лексична організація їх текстів), які проявляються стабільно й не залежать від типу комунікації, або мови, якою вона здійснюється, або застосування певного комунікативного інтернет-сервісу. Усе це дозволяє стверджувати, що за певними характеристиками свого прояву гендер є конвенціональним і конструється залежно від низки багатьох факторів, комунікативних практик і ситуацій спілкування у Мережі, а за іншими є стабільним, незмінним, що свідчить про наявність універсальних гендерних особливостей у комунікативних взаємодіях;

- запропоновано *матрицю* - концептуальну схему розвитку гендерних досліджень, де, з одного боку, «вказується» засіб інтерпретаційності або взаємозумовленості понять *стать* і *гендер*, а, з другого, рівень аналітичного вивчення гендерного феномену. На «наповнюваність» цієї матриці впливає дисциплінарність дослідження, яка може бути безпосередньо пов'язана як з рівнем аналізу даних, так і з рівнем інтерпретаційності отриманих результатів. Сучасний етап розвитку гендерних досліджень характеризується низкою принципів особливостей, а саме: посиленням рівня їх міждисциплінарності у цілому, врахуванням впливу локального контексту при проведенні досліджень. Спостерігається множинність, плинність і варіативність гендерного концепту, стрімко актуалізується проблематика в межах перформативного та інтерсекціонального напрямів гендерних досліджень;

- розроблено базисну модель гендерних відносин, яка є релевантною інформаційно-комунікативному суспільству, та описані основні тенденції її розвитку, які «йдуть» кількома напрямками: *патріархатним*, у якому акцентуються вроджені відмінності між статями й відбувається інтенсивне поширення традиціоналістських поглядів і цінностей; *біархатним*, у рамках якого допускається певний баланс *чоловічого* й *жіночого*, що визначає партнерські стосунки між статями; *унісексистським*, пов'язаному з ідеєю нерозчленованості *чоловічого* й *жіночого* або їх злиттям, що зумовлює стирання або нівелювання відмінностей між статями; *множинним*, коли допускаються ситуації миттєвої зміни статі та її частоті рокировки, а також одночасної наявності декількох гендерів. Поява цих нових гендерних практик, обумовлених технологічними можливостями самого середовища (гендерні рокировки і явище множинності гендерних репрезентацій та віртуальних ідентичностей), ведуть до кардинального перегляду функціонування моделі гендерних відносин у суспільстві: до посилення гнучкості й варіативності цієї моделі, з одного боку, що сприяє як розвитку гендерної розмаїття й дотримання гендерного балансу у суспільстві, так і поширенню патріархатних ідей і цінностей, з іншого, що підсилює гендерний конфлікт у суспільстві в цілому.

Уточнено:

- соціологічну інтерпретацію понять *Інтернет* і *інтернет-комунікація* з урахуванням інтеграційних процесів, через витіснення безпосереднього спілкування штучними формами соціальної комунікації, які змінюють повсякденну соціальну взаємодію акторів і соціальних груп;

- зміст понять *інтернет-аудиторія*, *інтернет-користувач* і *національний сегмент мережі Інтернет*, виходячи з того, що базовими критеріями, які можуть бути покладені в основу визначення, є мовний та часовий;

- критерії класифікації сайтів у мережі Інтернет на основі індексів *популярності*, *затребуваності* й *посилальної інтегрованості веб-ресурсу* в Глобальну павутину, що дозволяє вдосконалювати оцінку комунікативної ефективності того чи іншого веб-ресурсу;

- зміст понять *віртуальний гендерний стереотип*, *гендерні взаємодії* та *цифрова гендерна нерівність* стосовно соціального простору інтернет-комунікацій з урахуванням критерію часу при оцінці процесів гендерної стереотипізації в мережі Інтернет, синхронності/асинхронності та форм комунікацій при вимірі показників цифрової гендерної нерівності.

Набуло подальшого розвитку:

- обґрунтування необхідності розвитку соціології Інтернету як нового напрямку прикладного соціологічного знання, об'єктом якого є соціокультурний комунікативний інтернет-простір, а предметом – різноманітні форми соціокультурної взаємодії в Мережі;

- концепція *інформаційного суспільства* з урахуванням значущості експоненційного розвитку та впливу на суспільство інформаційно-комунікативних та глобалізаційних процесів, які створили передумови для становлення його нової версії - *інформаційно-комунікативного суспільства*;

- концепція *інформаційно-комунікативного суспільства* з урахуванням процесів його активної інтернетизації, набуття мережею Інтернет системотворчих потенцій та перетворення інтернет-комунікації між акторами і групами на одну з базових соціальних цінностей. Це суспільство відзначається новим інформаційно-комунікативним порядком, а, отже, появою нових форм суспільної стратифікації, нових форм культури та ідентичності; посиленням ролі та значущості гарячих ЗМІ, а рівень знання (на відміну від інформаційного суспільства) не завжди є передумовою для виникнення соціальної нерівності. Також воно відзначається посиленням рівня віртуалізації його основних соціальних інститутів, які мають мережеву структуру, та значущості ролі інформаційно-комунікативних технологій в усіх соціальних практиках. Воно відзначається і внутрішній закритістю при декларуванні водночас ідей відкритого суспільства, а також йому властива умовність географічних та часових кордонів та радикальне посилення процесів глобалізації тощо;

- теоретична база гендерних досліджень як міждисциплінарної дослідницької практики, що використовує поліпарадигмальний підхід до аналізу суспільних явищ та їх соціальних змін.

Теоретичне та практичне значення одержаних результатів. Основні положення й висновки роботи сприяють становленню та подальшому розвитку нового напрямку прикладної соціології – *соціології Інтернету*, а також розвитку *соціології гендеру* й *соціології комунікації* як *галузевих напрямів соціологічної науки*.

Результати дисертаційного дослідження є важливими для розробки та здійснення ефективної соціальної політики в українському соціумі перед викликами інформаційно-комунікативного суспільства, зокрема з метою зменшення цифрової нерівності, включаючи її гендерний зріз. У дисертації запропоновані практичні рекомендації, які необхідні для розроблення освітніх програм у сфері інформаційно-комунікативних технологій для збалансування гендерних стосунків у суспільстві.

Дані дослідження й отримані результати можуть бути також застосовані в навчальному процесі на соціологічних та гуманітарних факультетах, в т.ч. при розробці й читанні курсів з *соціології комунікацій*, *соціальних комунікацій*, *зв'язків із громадськістю*, а також у спецкурсах з *соціології Інтернету* та *соціології гендеру*.

Теоретико-методологічні підходи, які вдосконалені й використані у дисертаційному дослідженні, можуть стати корисними для подальшого осмислення й вивчення соціальних наслідків розвитку та поширення Інтернету.

Апробація результатів дослідження. Основні положення дисертації були представлені на конференціях, симпозіумах і семінарах як національного, так і міжнародного рівня: Першому Конгресі Соціологічної асоціації України «Соціологія в ситуації соціальних невизначеностей» (Харків, 2009 р.); «Комунікативна революція? Медіа й соціальні трансформації в Східній Європі» (Вільнюс, 2009 р.); Харківських

Соціологічних Читаннях (Харків, 2006 р., 2007 р.); Одеських соціологічних читаннях (Одеса, 2007 р., 2008 р.); Третіх, Четвертих й П'ятих Таврійських Читаннях «Анахарсіс» (Сімферополь, 2007 р., 2008 р., 2009 р.); XIY та XY Міжнародних симпозиумах з психолінгвістики й теорії комунікації (Москва, 2006 р., 2009 р.); Першому форумі міжнародної соціологічної асоціації «Соціологічні дослідження й суспільний дискурс» (Барселона, 2008 р.); Міжнародній конференції «Проблеми самоідентифікації сучасного українського суспільства: політичні, економічні, соціальні та культурні аспекти» (Київ, 2008 р.); IV Міжнародній конференції «Освіта у вищій школі» (Барселона, 2008 р.); Міжнародній конференції «Політика 2.0 і комп'ютерно-опосередкована комунікація» (Ілменау, 2008 р.); IV Міжнародній конференції Російської комунікативної асоціації «Комунікація в сучасній парадигмі соціального й гуманітарного знання» (Москва, 2008 р.); Міжнародній конференції «Кіберполітика: порівняльні перспективи й теоретико-методологічні інновації» (Будапешт, 2007 р.); Міжнародному науковому форумі «Про необхідні риси цивілізації майбутнього» (Москва, 2007 р.); Щорічній конференції американсько-польського наукового товариства «Інформаційно-комунікативні технології та культура США» (Лодзь, 2006 р.); Міжнародній конференції з гендерних досліджень «Перспективи гендерної освіти або чи потрібна гендерна магістратура українським університетам?» (Харків, 2006 р.); V Всеукраїнській науково-практичній конференції «Проблеми розвитку соціологічної теорії: соціальна інтеграція та соціальні нерівності в контексті сучасних суспільних трансформацій» (Київ, 2006 р.); Міжнародній європейській конференції «Інтерсекціональність, ідентичність та влада» (Вадстена, 2006 р.); Міжнародній конференції з мови й нових медіа (Вроцлав, 2006 р.); Міжнародному симпозиумі з питань жіночих і гендерних досліджень у науці, техніці й медицині (Берлін, 2006 р.); Четвертій міжнародній конференції «Гендер: мова, культура, комунікація» (Москва, 2005 р.); Міжнародній конференції зі створення канону в гендерних дослідженнях (Відень, 2005 р.); Міжнародній конференції «Мережева культура Інтернету: наукові підходи й практики» (Москва, 2005 р.); Міжнародній конференції з гендерної проблематики та інформаційно-комунікативних технологій (*Проект GIST*), (Бремен, 2004 р.).

Публікації. За темою дисертації опубліковано одноосібну монографію обсягом 89,25 ум.-друк. арк. та 49 наукових статей і тез доповідей, з них 22 роботи опубліковано у виданнях, що входять до переліку спеціалізованих видань з соціології, затверджених ВАК України.

Структура та обсяг дисертаційної роботи. Дисертація складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків, списку бібліографічних джерел, використаних у роботі (845 одиниць), і 51 додатка з таблицями, діаграмами та іншими матеріалами. Загальний обсяг дисертації складає 575 сторінок, обсяг основної частини – 405 сторінок. У тексті рукопису наведено 10 таблиць, та 47 таблиць міститься у додатках.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **вступі** подано загальну характеристику роботи, обґрунтовано актуальність обраної тематики й стан її наукової розробленості. Визначено об'єкт та предмет дослідження, сформульовано його мету та завдання, описано теоретичну й емпіричну базу, розкрито наукову новизну, теоретичну та практичну значущість результатів, а також наведено інформацію щодо апробації дослідження.

У **першому розділі** дисертаційної роботи «Гендерні дослідження в соціології комунікацій» аналізуються теоретико-методологічні підходи до поняття «гендер», описується формування теоретико-методологічної бази гендерних досліджень і розвиток гендерних концепцій під впливом постмодерністської філософії і соціології локального контексту пострадянського суспільства, що трансформується. Окремо розглядаються гендерні питання у галузі соціології комунікацій.

У **підрозділі 1.1.** «Гендер: теоретико-методологічні підходи» викладено теоретичний огляд становлення й розвитку гендерних досліджень, який показав, що практично всі дослідження в цій царині можуть бути «упорядковані» за допомогою декількох критеріїв – у залежності від рівня аналізу (можна говорити про *особистісні теорії гендеру*, де гендер розглядається як базова складова людської особистості; про *інтеракційні підходи*, у фокусі уваги яких стає гендер, який виникає в процесі інтерактивних взаємодій, і про *інституціональні підходи*, де основний дослідницький інтерес зміщується на вивчення того, як гендер вбудовується в різні соціальні інститути, структури й групи); від *способу інтерпретаційності*, (зв'язку) поняття «гендер» (можна виділити також три парадигми: (парадигму *відповідності*, коли гендер вважається соціально детермінованим вираженням біологічної статі індивіда, який засвоює чоловічий або жіночий тип поведінки з народження залежно від своєї статі. У цій парадигмі стать є фундаментальною основою, на якій вже «вибудовується» гендерна специфіка поведінки людини). У *парадигмі неоднорідності* передбачається, що *стать* та *гендер* є явищами різної природи (саме стать, а не гендер є конструктором, який обумовлює стать людини). У *парадигмі аналогії* декларується, що гендер символізує стать (у концептуальних рамках цього підходу основний акцент робиться на символічній природі гендеру. При цьому заперечується наявність прямого зв'язку між статтю та гендером)). Концептуально-теоретична модель розвитку гендерних досліджень може бути представлена у вигляді матриці, де, з одного боку, вказується величина рівня інтерпретаційності або взаємозумовленості понять *стать* та *гендер*, а з іншого – рівень аналізу, на якому здійснюється вивчення. Практично майже будь-яке гендерне дослідження можна вписати в запропоновану матрицю. Водночас на «наповнюваність» цієї матриці можуть впливати парадигмальні рамки дисципліни, у якій виконується те або інше дослідження, яка пов'язана як з рівнем аналізу даних, так і зі засобом інтерпретаційності отриманих

результатів. Так, у гендерній психології, ймовірно, більша кількість досліджень зосереджено на особистісному рівні, а в соціології гендеру головна увага надається дослідженням, зосередженим на інституціональному рівні. У філософському й лінгвістичному аналізі зустрічається більше праць, виконаних у парадигмі неоднорідності, у культурології та літературознавстві – у парадигмі аналогії, а в природознавчих дисциплінах – у парадигмі відповідності.

У **підрозділі 1.2.** «Гендерні підходи в XXI столітті: від модерну до постмодерну» проаналізовано сучасний етап розвитку гендерних досліджень, який склався під впливом культури й філософії постмодерну. Він визначається такими рисами, як посилення рівня міждисциплінарності гендерних досліджень та дослідницького наголосу на вивченні гендеру в рамках особливих контекстів і комунікативних практик, а також урахування впливу локального контексту при проведенні досліджень. Допускається множинність, розмаїття і варіативність гендерного концепту. Найбільш затребуваними стають напрямки, пов'язані з вивченням перформативності, множинності гендерів, а також атипової сексуальності та гетеронормативності. В емпіриці гендерних досліджень найбільш популярними й ефективними вважаються підходи, які базуються на дослідженні гендерної ідентичності, гендерних стереотипів, соціальних взаємодій і комунікації.

У **підрозділі 1.3.** «Гендерні дослідження як міждисциплінарний науковий напрям» описано становлення й розвиток теоретико-методологічної бази гендерної теорії, об'єкт і предмет гендерних досліджень, а також дослідницький інструментарій цього наукового напрямку. Показано, що на цей момент гендерні дослідження являють собою приклад *інтегративної методології*, заснованої на ідеї щодо соціального конструювання уявлень *про чоловіка й жінку*, їхніх ролей і соціальних функцій у культурі й суспільстві та, як наслідок, щодо їхньої змінюваності та варіативності. При цьому в гендерних дослідженнях стосунки між чоловіками й жінками розглядаються як соціально асиметричні. У центрі гендерного підходу як *дослідницької стратегії* постає питання розподілу соціальних ресурсів між чоловіками й жінками та науково обґрунтовується необхідність досягнення й зміцнення в суспільстві гендерної рівності. Водночас високій рівень інтегративності методології гендерних досліджень, її об'єкт – стосунки між двома найбільшими соціальними групами, а так же саме те, що гендерні знання у цілому, перш за все, апелюють до наук про людину взагалі, суттєво збільшують рівень міждисциплінарності гендерних досліджень як самостійної науки, так і окремих наукових «гендерних» напрямів (наприклад *соціології гендеру* чи *лінгвогендерології*).

У **підрозділі 1.4.** «Особливості соціологічного підходу в гендерних дослідженнях» здійснено аналіз робіт з гендерної тематики в соціології, який свідчить про те, що на відміну від інших гуманітарних дисциплін (мовознавства, психології, антропології), де на початку розвитку гендерних досліджень переважали *біологічний детермінізм* та *есенціалізм*, у світовій

соціології при вивченні гендерних проблем розвивалася *теорія статево-рольової (гендерної) соціалізації*, у парадигмальних рамках якої вважається, що статеві ролі засвоюються в процесі соціалізації. Найбільш відомі й значущі дослідження з гендерної проблематики в соціології здійснювалися в межах чотирьох напрямів: *структурно-функціонального аналізу, теорії соціального конструювання, феміністській епістемології й об'єднавчої парадигми*. Слід зазначити, що серед соціальних та гуманітарних дисциплін саме соціологія найактивніше вивчає гендерну проблематику, а в її межах сформувався самостійний напрямок – *соціологія гендеру*, у центрі якого постало вивчення сімейних відносин, проблеми зайнятості, злиднів, професійної діяльності та інше.

У **підрозділі 1.5.** «Соціальна комунікація: гендерні аспекти» гендер аналізується як аспект соціальної структури суспільства й невід'ємний компонент комунікативної поведінки. Гендерні відносини не тільки відображаються й використовуються в соціальних комунікаціях у вигляді кодів, але й зумовлюють тематику й характер протікання комунікативних актів. Таким чином, на сьогодні у соціології комунікацій *гендер* визначається як результат повсякденних соціальних взаємодій, які вимагають постійного виконання й підтвердження. Гендер є динамічним конструктом, який постійно відтворюється в комунікативних ситуаціях, у структурах дії та взаємодії, а *приписування* статі (категоризація приналежності за статтю) є базовою практикою повсякденної взаємодії, яка стає необхідним та неусвідомленим підґрунтям для будь-якої соціальної комунікації. Ускладнення такої категоризації спричиняє комунікативний збій, що призводить до припинення комунікативного процесу. Слід також відзначити, що процес приписування статі постійно супроводжує повсякденне людське спілкування і є його базовою практикою. Вивчення цієї взаємодії особливо важливе в умовах соціально-конструйованих просторів (наприклад, в Інтернеті) на рівні мікросоціологічних теорій. Зазначається, що завданням соціології комунікацій у контексті гендерного підходу є з'ясування того, яким чином створюється *чоловіче* й *жіноче* в соціальній взаємодії, у яких комунікативних сферах і яким чином воно підтримується й відтворюється, яким чином гендерні відносини структурують комунікативний простір. Показано також, що неможливо вивчати гендер у комунікації без розуміння й вивчення того, як гендер взаємодіє з мовою. При цьому є необхідним розглядати мовленевий акт як соціальний, як складову частину більш значущих соціально детермінованих планів і контекстів, як основу соціальної взаємодії. Мова не тільки підсилює, але й провокує/стимулює формування певного сприйняття й розуміння гендерного статус-кво й гендерних очікувань у комунікативному процесі в цілому. Водночас необхідно враховувати весь спектр соціальних, дискурсивних та інших факторів, що впливають на особливості мовленнєвої поведінки людини в процесі комунікації, їх співвідношення між собою і специфіку мовної експлікації, яку вони одержують у комунікативному процесі. Говорячи про певні особливості чоловічої й жіночої комунікативної поведінки, потрібно завжди враховувати вплив таких чинників, як: культура,

індивідуальні риси комунікантів (статус, вік, стать, психофізіологічний стан тощо); контекст і ситуація (умови перебігу комунікацій); характерологічні особливості мови (більш андроцентричні або менш андроцентричні мови); тип дискурсу, у якому відбувається комунікативна взаємодія. У зв'язку з цим доцільно врахувати та вивчати вплив стереотипів маскулінності та фемінності, усталених у тій чи іншій культурі, а також їх відображення в мовних структурах. Водночас дослідження мови й комунікації доводять відсутність різких кордонів між чоловічою й жіночою комунікативною поведінкою, а відзначені особливості чоловічої й жіночої мови слід скоріше трактувати як тенденції використання жінкою або чоловіком тих чи інших мовних засобів.

Аналізується також ряд труднощів, які суттєво заважають розвитку методологічної бази гендерних досліджень: описовий характер більшої кількості праць у цій царині, інтенціоналізм, приписування факторові статі омнірелевантності, ігнорування ролі контексту, недооцінка якісних методів аналізу і гіперболізація засвоєння в дитячому й підлітковому віці гендерно-специфічних стратегій і тактик поведінки, а також поляризація відмінностей між чоловічою й жіночою комунікативною поведінкою. Намагання подолати перераховані вище недоліки веде до виникнення у лінгвістиці та соціології комунікацій нових підходів до вивчення гендеру, які засновані на поліпарадигмальному принципі й більшою мірою звернені до комунікативної ситуації й контексту, у якому відбувається комунікативна взаємодія.

Представлено також огляд сучасного етапу розвитку гендерних досліджень у лінгвістиці й соціології комунікацій, який характеризується інтенсивним розвитком досліджень з вивчення маскулінності й розвитку *Чоловічих студій* як окремого напрямку в гендерних дослідженнях, звертанням до контексту (тобто аналізу умов та особливостей протікання комунікацій), а також дискурсивним і перформативним поворотом у цій групі робіт. Водночас відбувається посилення антропоцентричності всієї теоретичної парадигми соціального знання, що обумовило також інтерес до вивчення людського фактору в комунікації та мові. Це посилення антропоцентричності сприяло зміщенню дослідницького фокусу з того *як людина впливає на мову* (людина як творець мови) на те, *як мовні та інші соціальні фактори можуть бути трансформовані в цьому процесі*. Це зумовило відмову від есенціалістських моделей вивчення гендерних особливостей комунікації та призвело до аналізу *маніфестації гендерних преференцій*. Науковці починають переважно говорити не про чоловічий і жіночий стиль мовлення, а про *гендерно-доречне* використання мови й про *гендерно-преферентні* стильові форми. Базовими в цій групі досліджень стають поняття «конструювання» і «практики».

У **підрозділі 1.6.** «Гендер як інтрига пізнання» зазначається, що в соціальних науках на пострадянському просторі гендерна тематика зараз займає маргінальне становище й досить часто оцінюється як неактуальна й ненаукова. Такому, у цілому скептичному ставленню до цієї галузі знання, сприяє ціла сукупність факторів, які вкрай негативно впливають як на

розвиток гендерних досліджень, так і на гендерні відносини, що складаються в пострадянському суспільстві. Цю групу факторів можна умовно поділити на *внутрішні*, інституціональні, пов'язані з розвитком гендерних досліджень як міждисциплінарного наукового напрямку, і *зовнішні*, соціокультурні, які визначають контекст, у якому функціонують як самі гендерні дослідження, так і основний об'єкт їх аналізу – відносини між статями в суспільстві. До внутрішніх факторів ми відносимо методологічні проблеми гендерних досліджень, а також особливості їх інституалізації й легітимації в рамках академічного дискурсу. До зовнішніх факторів належать соціокультурні причини, які утворюють особливий контекст розвитку всієї гендерної методології на пострадянському просторі. Так, якщо на Заході гендерний підхід пронизує не тільки соціальні науки, але й усю суспільну дискусію, то на пострадянському просторі гендерна проблематика практично не стала темою публічного обговорення взагалі. Тут гендерний підхід розвивається при пануванні в академічному дискурсі позитивізму, есенціалізму й біологічного детермінізму, які змінили в суспільному дискурсі офіційні декларації про вседосконалість радянської людини й рівність чоловіків і жінок у будівництві комуністичного суспільства. Вплив усієї сукупності факторів підсилив суперечливість функціонування гендерної моделі на пострадянському просторі й змінив акценти її полярності: з одного боку, значущість родинних, традиційних цінностей у суспільстві підвищилася, з одночасним посиленням культури материнства. З іншого боку, девальвація ідеалів мужності, помітне поширення випадків перетворення чоловіків з добувача й глави родини, в особистість, яка перебуває на утриманні жінки, автоматично знизили актуальність і пафос боротьби за гендерну рівність, що не могло не позначитися й на розвитку моделі гендерних відносин у посткомуністичному суспільстві.

Другий розділ «Інформаційне суспільство в гендерному вимірі» присвячено генезису концептуальних моделей інформаційного суспільства та аналізу умов виникнення інформаційно-комунікативного суспільства як подальшої перспективи розвитку інформаційного суспільства. Здійснено аналіз цього типу суспільства з урахуванням гендерної складової.

У **підрозділі 2.1.** «Виникнення й розвиток концепції інформаційного суспільства» здійснено узагальнення існуючих теоретичних підходів до визначення природи і особливостей інформаційного суспільства. Показано, що теоретичне осмислення постіндустріального розвитку пройшло три основні етапи: перший етап пов'язаний із прогностичним описом контурів майбутнього інформаційного суспільства в рамках, з одного боку, гуманістично-орієнтованої футурології (С.Лем), а з іншого, – економічного прогнозування розвитку наукомістких виробництв (Д.Белл, Й.Масуда). Другий етап став своєрідною критичною рефлексією на невідповідність між «бажаним» (теоретично-сконструйованим) майбутнім і існуючою реальністю (М. Маклюєн, Д. Тапскотт). Третій етап оформився у зв'язку з виникненням інформаційно-комунікативних та мережевих технологій та теоретичним осмисленням їх впливу на суспільство (Є.Тоффлер, М.Кастельс, М.Постер,

У.Мартін, Ю.Габермас). Попри всі концептуальні розбіжності на цей час під *інформаційним суспільством* розуміють, по-перше, суспільство нового типу, що формується під впливом глобалізаційних та інформаційно-комунікативних процесів; по-друге, це суспільство знання, у якому головною умовою благополуччя особистості й держави стає рівень знання, доступ до інформації і вміння працювати з нею; по-третє, це глобальне суспільство, де обмін інформацією не має яких-небудь фізичних і соціально-політичних обмежень, і де кожному співтовариству й індивідові відкриваються зовсім нові можливості для самоідентифікації.

У **підрозділі 2.2.** «Інформаційне суспільство XXI століття: теорія та практика» показано, що поступово з розвитком інформаційного суспільства не *інформація* сама по собі, а її використання в комунікативному процесі на базі комп'ютерних технологій починає радикально впливати на суспільство, яке стає все більш рухливим і поліморфним. Водночас починають змінюватися механізми соціальної стратифікації, яка стає все більш пов'язаною із доступністю/недоступністю комунікативних ресурсів. Розвиток соціальної структури суспільства та його інституціональної архітекτονіки починає визначатися рівнем розвитку та станом інформаційно-комунікативних технологій. Автором визначено загальні тенденції розвитку інформаційного суспільства як у глобальному, так і в українському та російському контекстах. Розбудова й розвиток інформаційного суспільства в будь-якій сучасній країні забезпечується ефективною взаємодією чотирьох суб'єктів інформаційної трансформації: держави, бізнесу, суспільних інститутів та індивідів. При цьому основним завданням функціонування інформаційного суспільства є дотримання балансу між соціальною, політичною, економічною та структурною складовими інформаційного простору. У даному підрозділі виконаний порівняльний аналіз української й російської моделей переходу до інформаційного суспільства. Охарактеризовані як загальні їх особливості, так і специфічні ознаки. Дві країни мали приблизно однакові стартові умови з точки зору науково-технічного, освітнього і культурного потенціалу. В обох державах був обраний переважно екстенсивний шлях побудови інформаційного суспільства. На обидві країни в розвитку його реалій вплинула низька соціальна значущість інформації, обумовлена сформованим ще за радянських часів особливим ставленням до неї (закритість, важкодоступність, неможливість тиражування у приватному секторі тощо). Але Україна просувається успішніше й швидше, ніж Росія, у побудові інформаційного суспільства, як свідчать міжнародні показники індексів готовності країн до інформаційного суспільства. З історичних причин українській моделі властива більша інтелектуалізація (кількісна і якісна структура наукового та кадрового потенціалу). Російський шлях розвитку визначається наголосом на так званій «духовності», прагненням розвивати через інформаційно-комунікативні технології культурні, освітні й релігійні проекти, пов'язані з інтенсифікацією всіх видів мережевих соціальних комунікацій.

Слід зазначити, що з посиленням розвитку інформаційно-комунікативних технологій збільшується обсяг, щільність і швидкість комунікацій, що зумовлює швидкість протікання та перетворення соціальних процесів, які відбуваються на цій основі. Ці процеси стимулюють поглиблення теоретичного осмислення постіндустріальних реалій за допомогою концепції *інформаційно-комунікативного суспільства*, що докладно аналізується в **підрозділі 2.3.** «Комунікативне зрушення в теоретичних підходах до аналізу інформаційного суспільства. Виникнення концепції *інформаційно-комунікативного суспільства*».

У цій частині роботи показано, що все частіше комунікація виступає як *міжсуб'єктна взаємодія*, утворена персоніфікованими цілями. *Комунікація* є не просто процесом обміну інформацією, а процесом створення спільноти, у якій ця інформація спільно осмислюється і співвідноситься зі смислами всіх учасників комунікативних взаємодій, створюючи, таким чином, певний ступінь взаєморозуміння і колективного конструювання та засвоєння смислів. Отже, комунікація набуває функцій як соціальний процес створення, збереження, підтримки й перетворення соціальних реальностей. За цих умов набуває особливої ваги інтеракційний *підхід* до комунікації, в центрі якого знаходиться комунікативна взаємодія, детермінована конкретними соціокультурними ситуаціями. У підрозділі вказується, що із всеохоплюючим посиленням значущості й ролі комунікації в детермінації загальних соціальних ознак виникає потреба теоретичної концептуалізації *інформаційно-комунікативного суспільства як продовження розвитку суспільства інформаційного*. Провідною основою розвитку цього суспільства є *комунікація* та *генерація соціальних значень*, водночас спостерігається й послаблення соціального контролю та підсилення процесів індивідуалізації суспільства, сегментації та глобалізації світового простору, які зумовлюють виникнення нового типу суспільної організації – комунікативно-мережевої, характерною рисою якої є поєднання різних комунікативних процесів у межах однорідного середовища при одночасному посиленні міжкультурної взаємодії й віртуалізації соціальної реальності, що функціонує за комунікативно-мережевим принципом. Виникає особлива віртуальна соціальність, яка стає однією з форм існування інформаційно-комунікативного суспільства. У підрозділі аналізуються перспективи розвитку цього суспільства у зв'язку з інтенсифікацією інформаційно-комунікативних практик і появи нових медіа. Показано, що всі вони своїй появі й розвитку значною мірою зобов'язані Інтернету, який кардинально змінив структуру комунікативних процесів, що вплинуло на соціальні процеси, які відбуваються на його основі.

Аналіз розвитку інформаційно-комунікативного суспільства переконує в тому, що в цьому типі суспільства гендер стає одним з індикаторів його демократичного розвитку, а проблеми цифрової нерівності в доступі до інформаційно-комунікативних ресурсів і технологій на етапі становлення й розвитку цього суспільства належать до визначальних, що описано в підрозділі 2.4. «Інформаційно-комунікативне суспільство в гендерному

вимірі», де відзначено значущість гендерного підходу до аналізу особливостей функціонування цього типу суспільства в умовах постійного виникнення і розвитку новітніх технологій, а також обґрунтовані підходи до вивчення гендеру в інформаційно-комунікативному суспільстві як на рівні теорії, так і в практичному сенсі. Показано, що гендерну проблематику, яка вимагає наукової рефлексії, можна поділити на два напрями: по-перше, це з'ясування того, як саме це суспільство впливає на розвиток гендерних практик і прояв гендерної складової у цьому типі соціуму. По-друге, вивчення впливу гендерних практик, які склалися в суспільстві, власне на інформаційно-комунікативні технології та їх використання. Зазначено, що в цій галузі превалюють роботи, пов'язані з вивченням *гендерної цифрової нерівності (розриву)* у сфері інформаційно-комунікативних технологій. Так, у концепції *гендерної цифрової нерівності* вважається, що на можливості розвитку тієї чи іншої соціальної групи впливають відсутність або обмежений доступ до засобів зв'язку й ЗМІ: телебачення, Інтернету, телефонного зв'язку (мобільного й стаціонарного), радіо. Усе це обмежує можливості цієї групи у створенні та використанні соціального капіталу, культурному обміні й може негативно впливати на економічну ефективність, соціальну мобільність, розвиток і збереження культурної ідентичності тощо. Згідно з загальноприйнятими підходами до інформаційного суспільства та інформаційно-комунікативних технологій, їх специфіка полягає в тому, що вільний обмін інформацією сприяє подоланню вбогості, злиднів й нерівності, однак у тих, хто виключений з такого обміну, перспективи катастрофічно погіршуються. Як правило, виділяють сім взаємозалежних факторів, що лежать в основі гендерної цифрової нерівності: соціальна, статевовікова й національна приналежність, рівень освіти, мова й географічна зона. Показано, що показник гендерної цифрової нерівності вираховується на підставі таких критеріїв, як рівень: розвитку технічної інфраструктури суспільства й доступу до інформаційно-комунікативних технологій (ІКТ); знання ІКТ; навичок роботи з ІКТ та їхнього використання; вартості зв'язку (мобільного, Інтернету тощо); володіння мовами. Окремо обговорюється й той факт, що в цій царині превалює в основному якісна методологія, особливо при проведенні досліджень у країнах, що розвиваються, де відсутні постійні й регулярні статистичні виміри, диференційовані за гендерним критерієм. Зазначено, що насамперед для скорочення та подолання цифрової нерівності, включно з гендерною, необхідний її регулярний вимір і якісне вивчення її соціальних параметрів, що є зараз практично відсутнім в Україні. Ситуація ускладнюється й тим, що в країні не ведуться регулярні моніторинги аудиторії Уанету з урахуванням статевої приналежності його користувачів. Обґрунтовується необхідність нагальної розробки заходів на рівні держави зі створення програм, що сприятимуть згладжуванню гендерного дисбалансу в цій сфері. Вказується, що скорочення гендерної цифрової нерівності повинне здійснюватися за чотирма базовими напрямками: розробка концептуальних основ політики й інструменти її реалізації в сфері ІКТ, а також програм з професійної підготовки й

одержання відповідної освіти в цій галузі; можливості швидкісного з'єднання й доступу до ІКТ; знання про ІКТ.

Третій розділ «Мережа Інтернет у гендерному вимірі» присвячений гендерному аналізу Інтернету як соціального феномену й базової складової інформаційно-комунікативного суспільства.

У **підрозділі 3.1.** «До уточнення соціологічного визначення терміну *Інтернет*», підкреслено, що визначення Інтернету як глобальної соціально-комунікативної комп'ютерної мережі, як соціокультурного комунікативного простору є найбільш адекватним, оскільки враховує її соціально-комунікативну сутність, яка обумовлена комунікативними та просторово-тимчасовими функціями, а також її здатністю забезпечувати рух соціальних змістів у соціальному просторі й часі. Нині можна виділити п'ять магістральних підходів до вивчення Інтернету з боку соціальних наук, в тому числі й соціології: *перший напрям* пов'язаний з побудовою й описом соціальних прогнозів розвитку Мережі; *другий напрям* досліджень аналізує мережеву природу суспільства, заснованого на інтернет-технологіях, де об'єктом вивчення найчастіше стає вже існуюче суспільство, а предметом – перетворення основних соціальних інститутів на мережеві структури й зміни в суспільному устрої, ініційовані цими процесами; у *третьому напрямі* Інтернет розглядається як *віртуальний образ світу*, а інтернет-середовище є саме тим універсальним комунікативним простором, у якому запускаються механізми віртуалізації соціальності, яка є неминучим соціальним ефектом нових інформаційно-комунікативних технологій. Опосередкована інтернет-технологіями віртуалізація соціальної реальності, суттєво трансформує її, перетворює в нову дійсність, що не існувала раніше. *Четвертий напрям* робіт у царині вивчення Інтернету базується на постмодерністських концепціях бачення й розуміння сучасного суспільства. Інтернет є не чим іншим, як *віртуальною агорою*, одним з незавершених проектів культури постмодерну. *П'ятий напрям* робіт у вивченні Інтернету й інтернет-технологій базується на ідеї *глобального надсуспільства*, яке становить собою абсолютно новий (раніше не існуючий) його тип, у якому мережа Інтернет є невід'ємною складовою та виступає як засіб, який уможливорює глобалізацію інформації, комунікації, освіти та економіки, дії й образів. Цей напрям одержав назву *генетично-функціонального*. У підрозділі обґрунтовано також необхідність і актуальність вивчення саме «соціального» виміру мережі Інтернет: культурних, мовних і психологічних особливостей взаємодії людини з Мережею, закономірностей формування й характеристик інтернет-аудиторії, освіти й функціонування віртуальних груп і співтовариств, нової ідентичності, стереотипів створення й сприйняття соціальних об'єктів, стратегіям здійснення пізнавальної й будь-якої іншої діяльності, перспективам переносу в реальну діяльність віртуально придбаних навичок і вмінь, а також деякі інші проблеми. Доведено також, що вплив цього феномену кардинальним чином позначається на трьох напрямках соціальних змін: конвергенції нових і старих ЗМІ (медіа);

опосередкуванні ідентичності; розчиненню соціальних та географічних кордонів.

Підрозділ 3.2. «Поява широкосмугового Інтернету і його вплив на розвиток Мережі» присвячений аналізу проблеми соціалізації інтернет-простору, пов'язується з розвитком технологій і поширенням Інтернету у світі (поява швидкісного широкосмугового Інтернету, виникнення концепцій *другого й третього вебу*, тобто коли стали технологічно можливими швидка синдикація й класифікація інформації, миттєвий доступ практично до будь-якої кількості мережевих ресурсів для необмеженої кількості користувачів, а також спільна одночасна робота з веб-ресурсами). Соціалізація інтернет-простору при цьому значно посилюється, що й призводить до актуалізації проблем, пов'язаних з гендерними аспектами цієї соціалізації: доступу до інтернет-ресурсів, мотивації користування Мережею, сприйняття нових технологій, конструювання гендерних відносин у Мережі, протікання презентаційних та ідентифікаційних практик в Інтернеті.

У **підрозділі 3.3.** «Національні сегменти мережі Інтернет. Уанет» з позицій соціології Інтернету уточнено поняття «інтернет-аудиторія», «інтернет-користувач» та «національний сегмент мережі Інтернет», а також проаналізовано способи виділення національних сегментів Глобальної павутини. Узагальнено об'єкт і предмет *соціології Інтернету* як нового напряму досліджень в царині галузевих соціологій. Також подано аналіз національного сегмента Мережі – Уанета, який показав, що на локальному рівні існує певний гендерний розрив у доступі до інтернет-технологій, у підготовці фахівців у сфері інформаційно-комунікативних технологій, у впровадженні державної й освітньої політики, що не сприяє згладжуванню гендерного дисбалансу в українському суспільстві в цілому. Підсилюють ці негативні тенденції й рівень бідності населення (співвідношення рівня доходів до вартості оплати інтернет-послуг або придбання сучасної техніки), відсутність державних програм підтримки розвитку Уанета, законодавчої бази його регулювання, соціологічних моніторинрів Мережі, а також *слабкість кваліфікованого* кадрового менеджменту в цій сфері (а точніше його відсутність та поширення явища *аутсорсингу*), що призводить до відтоку з Уанету найбільш кваліфікованого ІКТ-персоналу тощо.

У **підрозділі 3.4.** «Гендер у Мережі» описано вплив гендерного фактору на такі аспекти взаємодії людини з Інтернетом, як: доступ до нього, мотивація користувачів Мережі, сприйняття інтернет-реалій та Інтернету в цілому, організація мережевого контенту. Вказано, що відносно гендерних особливостей доступу до інтернет-технологій, в Україні надзвичайно бракує регулярних систематичних досліджень структури аудиторії Уанету, вони практично не проводяться. Наведені у дослідженнях показники можуть тільки гіпотетично вказувати на наявність гендерної, вікової й регіональної цифрової нерівності в Україні.

Показано, що для мешканців України не існує чітко виражених гендерних відмінностей і преференцій у ранжуванні мотивацій користування мережею, на відміну від інших національних сегментів Інтернету. Найбільш

значущі гендерні відмінності виявилися в тому, що для жінок більш актуальними стали кар'єрні й комунікативні мотиви в користуванні Мережею, а для чоловіків – інформаційно-пізнавальні. Дослідження також показало, що на гендерні особливості в преференціях користування впливають контекстний і ситуаційний фактори (період і стан розвитку інтернет-технологій).

Автором також здійснено теоретичний аналіз робіт з вивчення особливостей в сприйнятті ІКТ чоловіками й жінками даної проблематики й описано авторське дослідження у цій царині, яке свідчить про те, що в Мережі спостерігається певна динаміка зміни сприйняття *чоловічого* й *жіночого*. Наприклад, у чоловічій свідомості поступово змінюється ціннісне ставлення до жіночого образу в Інтернеті – від різко негативного сприйняття спочатку у бік більш позитивного сьогодні; для жінок цей образ є стабільно позитивним, незалежно від періоду розвитку Інтернету. Змістовне наповнення стереотипних уявлень про *чоловіче* та *жіноче* у мережі Інтернет також різняться: для чоловіків більш показові рольові підходи (професійні й статусні характеристики чоловічих і жіночих мережевих образів), а жінки підкреслюють комунікативно-інструментальний мотив (соціалізація в інтернет-просторі). Чоловікам також властиво еротизувати жіночий образ в Інтернеті. Установлено й те, що Інтернет для чоловіків є більш звичним явищем повсякденності, ніж для жінок, і вони краще інформовані про інформаційно-комунікативних технологій і мережу Інтернет в цілому. Дослідження також зафіксувало, що Інтернет підсилює динаміку зміни гендерних стереотипів, що необхідно враховувати як при вивченні процесів гендерної стереотипізації, так і розвитку гендерної теорії в цілому. Водночас здійсненні дослідження як сприйняття, так і мотивів користування Інтернетом установили один загальний факт: для жінок категорія *спілкування* в Мережі більш значима, ніж для чоловіків, що, ймовірно, є універсальною рисою як для *онлайну*, так і *оффлайну*.

У цьому підрозділі описується авторське дослідження аналізу інтернет-контенту та особливостей репрезентації фемінності й маскулінності в мережі Інтернет, яке показало, що в інтернет-просторі спостерігається певна розмитість соціальних меж між *публічним* і *приватним*, причому в «жіночому секторі» Інтернету ця тенденція проявляється яскравіше. Контент-аналіз як гендерних веб-ресурсів, так і ресурсів, які презентують себе як *чоловічі* чи *жіночі* в Мережі, показав, що розробка методології виділення критеріїв формалізації й опису цих ресурсів є однаково актуальною як для гендерної теорії, так і для соціальних практик, пов'язаних зі зменшенням гендерної нерівності в інформаційно-комунікативному суспільстві. Одними з базових критеріїв, які можуть бути покладені в основу класифікації веб-ресурсів, є кількісні величини індексів, що показують «видимість» і «доступність» мережевого ресурсу рядовим користувачам Інтернету, а також його «посилальну інтегрованість» у комунікативний інтернет-простір. Необхідно відзначити, що при вивченні гендерних особливостей змісту й організації контенту на веб-сайті виникла додаткова складова, що може впливати на

особливості подачі та організації веб-матеріалу, а саме: *хто* генерує (робить) цей контент у мережі Інтернет, *хто* володіє мережевим ресурсом, а також його аудиторія користувачів або *для кого* створюється певний ресурс. Дослідження показало, що у розробників сайтів уже ніби заздалегідь є задана схема, яка саме інформація буде затребувана в Мережі і яким контингентом, і згідно з цими припущеннями готується технологічне й змістове рішення того чи іншого веб-сайту.

Аналіз гендерних ресурсів англomовного й російськомовного сегментів Інтернету свідчить, що поняття *гендерної цифрової нерівності* може бути віднесене не тільки до рівня доступності й розвитку інформаційно-комунікативних технологій, включно з Інтернетом, але й до організації мережевого контенту та здатності веб-ресурсів слугувати комунікативними інструментами для створення високоефективного зв'язку між користувачами та власниками і розробниками веб-ресурсів. Якісний аналіз гендерних порталів показав, що англomовний мережевий сегмент на сьогодні зроблено більш професійно, він чіткіше орієнтований на цільову аудиторію на відміну від вітчизняних гендерних порталів, які функціонують у «пострадянському» інтернет-просторі більш як аматорські, ніж професійні веб-проекти. Однак слід підкреслити й, без сумніву, позитивний момент: гендерні ресурси в Уанеті вже існують, вони доступні рядовим користувачам, і цей мережевий сегмент розширюється досить швидко. Результати дослідження переконують у тому, що веб-ресурси, які створено колективно (найбільш яскравий приклад - матеріали із сайту *Vikimedia*), а також сайти громадських організацій та онлайнових ЗМІ, користуються великим попитом у інтернет-аудиторії, що опосередковано свідчить про те, що гендерна проблематика в мережі Інтернет частіше є об'єктом уваги публіцистичного або науково-популярного, ніж суто наукового аналізу, а це, своєю чергою, відображає, безумовно, специфіку гендерних досліджень більш як активістської практики.

Проведене дослідження інтернет-ресурсів і веб-контенту показало, що відбувається формування нової гендерної парадигми – із власною історією, світоглядом, цінностями й стратегіями. Отже, відбувається інтенсивна акцентуація вроджених відмінностей між чоловіками й жінками, і на цій основі створюються й тиражуються образи й цінності традиційного «фемінного» і «маскулінного», що яскраво демонструє *чоловічий* і *жіночий* сегменти Мережі, - це, врешті-решт, призводить до своєрідного віртуального ренесансу патріархатної свідомості. Одночасно з цією тенденцією підсилюється дихотомія «чоловіче/жіноче», а також загострюється й протистояння в Інтернеті між «традиційним» (патріархатним) і «новим» (феміністським).

Дослідження довело й вплив технологічного фактору на формування гендерної моделі в Мережі: в умовах постійного розвитку інтернет-технологій, а особливо - появи ширококутового Інтернету, концепцій другого й третього вебу, потокового відео, апріорно може змінюватися й «мережева» гендерна модель. Наприклад, при поширенні *скайп*-технологій, що надають практично безкоштовний відеозв'язок, рівень анонімності

спілкування в мережі Інтернет може регулюватися або знижуватися, що стає, наприклад, потенційною перешкодою до експериментів з миттєвою зміною статі в мережі Інтернет або одночасного існування у індивіда декількох гендерів. Поширення технологій другого вебу з можливостями створення колективного мережевого контенту, позначається на підвищенні рівня соціалізації всієї Мережі, що може підсилювати консолідацію, наприклад жіночого руху.

У **підрозділі 3.5.** «Гендерна інтрига у пострадянському просторі в умовах інформаційно-комунікативного суспільства» зазначено, що Інтернет як потужний комунікативний інструмент і середовище для реалізації практично будь-яких гендерних схем, впливає на гендерні відносини в суспільстві за декількома напрямками. Він робить гендерну модель досить гнучкою й варіативною, вводячи до неї абсолютно інші гендерні практики, практично неможливі в реальному житті. Інтернет також сприяє реалізації цих гендерних практик, водночас консолідуючи й розбудовуючи гендерне знання як на рівні наукової рефлексії, так і активістської практики. Паралельно із цим він ефективно поширює й тиражує будь-які ідеї, включно з патріархатними. Під цим впливом відбувається поступова трансформація моделі гендерних відносин в інформаційно-комунікативному суспільстві – руйнуються структури «класичного патріархату», які впливають на зміни в життєвих стратегіях жінок і підсилюють, з одного боку, егалітарні тенденції – автономію й незалежність жінок, їх боротьбу за свої права й знаходження реальної влади в суспільстві нарівні із чоловіками. З іншого боку, відбувається посилення культурного патріархату – андроцентризму, що викликає поширення інших стратегій – повернення жінки у сферу приватного, в царину традиційних цінностей та інтересів, пов'язаних із приватним життям. Необхідно підкреслити, що великий вплив на розвиток гендерних відносин грає *контекст*, або в якому суспільстві й у який час відбуваються ці зміни, що становить основну інтригу розвитку гендерних досліджень у пострадянському просторі. І тут є надзвичайно важливим зрозуміти, що пострадянський «контекст» – суспільство транзитного типу, переходу від соціалізму до капіталізму – не може не впливати й на стосунки між статями. Зміни в цих стосунках, які відбулися за пострадянський період, суттєво трансформували «радянську» гендерну модель, що призвело до поглиблення протиріч між статями. Водночас в самому пострадянському суспільстві став спостерігається очевидний зсув у бік приватної сфери, повернення до традиційних родинних цінностей, коли тільки вони залишилися практично базовими. У цьому суспільстві жінка поступово стала сприйматися насамперед як мати й берегиня родини. Усі перераховані тенденції швидко руйнують підстави для розвитку відносин між статями у напряму партнерства й гендерного балансу.

У **четвертому розділі** «Соціальні комунікації в мережі Інтернет: гендерний аналіз» описано феномен соціальних комунікацій, реалізованих за допомогою мережі Інтернет, а також його гендерну складову.

У **підрозділі 4.1.** «Роль мережі Інтернет у соціальних комунікаціях» показано, що з розвитком і поширенням Інтернету Мережа поступово перетворюється на універсальний комунікативний простір, у якому виникають механізми віртуалізації соціальності, що значно посилює рівень віртуалізації інформаційно-комунікативного суспільства в цілому!

У **підрозділі 4.2.** «Інтернет-комунікація: визначення, структура, основні характеристики» уточнено визначення поняття *інтернет-комунікація*, під яким маємо на увазі опосередковане комп'ютером спілкування двох або більш осіб, що характеризується відносною анонімністю й невидимістю комунікантів, переважно письмовою формою повідомлень, можливістю миттєвого зворотного зв'язку тощо. Це комп'ютерне спілкування «функціонує» у технологічних рамках світової Глобальної павутини. Поширення ролі спілкування в Інтернеті призводить до того, що сама людина практично відображається тільки через набір вербальних повідомлень, і це не може не позначатися на протіканні в цілому всіх соціальних взаємодій. Інтернет створює особливе комунікативне соціальне середовище, місце реалізації мови, яке не мало аналогів у минулому. Підкреслимо, що завдяки розвитку Глобальної павутини та інтернет-технологій, а також тому, що все більша кількість соціальних комунікацій починає реалізовуватися за допомогою Інтернету, Мережа поступово перетворюється на своєрідний соціальний простір, який слугує своєрідним полігоном для створення й тестування різноманітних комунікативних стратегій і прийомів взаємодій, що свідчить про її величезний соціотворчий потенціал.

У **підрозділі 4.3.** «Комунікативний соціокультурний простір інтернет-комунікацій» показано, що феномен Інтернету породжує комунікативний соціокультурний простір, який є одним із системотворчих характеристик виникаючого інформаційно-комунікативного суспільства. Це соціокультурний простір, який виступає як комунікативне середовище, диктує появу й нової парадигми стосунків, що враховує не тільки різноманіття технічних рішень, доступних користувачам, але й множинність контекстів їх взаємодій.

У **підрозділі 4.4.** «Інтернет-комунікація в гендерному вимірі» аналізується гендерна складова інтернет-комунікації, яка залежить від великої кількості соціокультурних факторів (ситуаційно-контекстного, мовного, особистісного). При цьому в інтернет-комунікації набір факторів і ступінь їх впливу на прояв гендеру відрізняється від звичайної комунікації. Наприклад, статусне становище учасників або їх вік не настільки сильно впливають на прояв гендерних особливостей, як параметр синхронності/асинхронності комунікації або спільна комунікативна мета, на відміну від звичайного спілкування, неопосередкованого електронним каналом. Таким чином, гендер може набувати певної специфічності саме в інтернет-комунікації. Водночас існує й низка гендерних особливостей інтернет-комунікації (використання жінками або чоловіками певних мовних засобів, лексична побудова їх текстів), які проявляються стабільно й не залежать від типу комунікації (синхронна, чи асинхронна) або мови, якою

вона відбувається, чи від використання певного комунікативного інтернет-сервісу (платформи чату або блогу). Отже, можна припустити, що за певними характеристиками свого прояву гендер є конвенціональним і конструюється залежно від багатьма факторів, комунікативних практик і ситуацій. При цьому незаперечним є той факт, що саме вивчення інтернет-комунікації дозволяє подивитися на гендер у всьому його розмаїтті й динамізмі, і змодельовати цілий ряд ситуацій, що в реальному житті та спілкуванні або досить складно, або практично неможливо створити. Безперечним є також той факт, що в Інтернеті як чоловік, так і жінка намагаються відійти від традиційних ролей, настанов і норм, вироблених у суспільстві, набути зовсім іншого соціального досвіду, що сприяє більшій гнучкості та варіативності всієї моделі гендерних відносин в інформаційно-комунікативному суспільстві.

У **підрозділі 4.5.** «Гендерні особливості інтернет-комунікації та їх сприйняття на прикладі освітніх практик Уанету» наведено авторське дослідження опитування думок, оцінок і сприйняття гендерного компоненту спілкування в Мережі. Ми припустили, що аналіз особистої думки людини – рядового користувача Інтернету - дозволить доповнити й адекватно оцінити гендерні особливості комунікацій у мережі Інтернет не тільки з позиції наукового знання, але й повсякденного, – і зрозуміти те, що відчувають користувачі Глобальної павутини на рівні їх мовної інтуїції, свідомості й досвіду безпосереднього спілкування в Мережі. Проведене опитування і його аналіз показали, що сприйняття й усвідомлення гендерних особливостей в інтернет-комунікації відбувається не тільки в академічному дискурсі, але й у повсякденні. І ці відмінності усвідомлюються власне користувачами на рівні їх звичайних практик спілкування, що може бути надалі використане як при організації навчального процесу за допомогою інтернет-технологій, так і при створенні тренінгових програм підготовки жінок до роботи в ІКТ-секторі. Дослідження виявило також і необхідність розробки гендерно-чутливих методик в електронній освіті, які враховують усе розмаїття нових соціальних практик і ціннісних орієнтацій, що виникають в інформаційно-комунікативному суспільстві. У теоретичному сенсі дослідження продемонструвало також, що найбільш адекватний підхід до вивчення гендерних особливостей інтернет-комунікацій може бути здійснений у рамках *теорії комунікативних практик*, коли через певну мікроситуацію можна вийти на макро-контекст і проаналізувати загальні принципи організації комунікативного простору Інтернету й особливості його функціонування, тому що базові положення цієї теорії – *відтворюваність і регулярна повторюваність* певного комунікативного «контексту» у наближених ситуаціях через деякий час дозволяють чітко зафіксувати й проінтерпретувати гендерні особливості комунікативних практик глобально в масштабах більш широкого мережевого сегмента.

У **висновках** дисертації підбиваються підсумки проведеного дослідження, підкреслюється його теоретичне й практичне значення, висвітлюються перспективи подальшого розвитку описуваної проблематики.

На сьогодні можна із впевненістю стверджувати, що сучасний етап постіндустріального розвитку можна визначити як набуття інформаційним суспільством ознак інформаційно-комунікативного. При цьому одним з головних рушійних сил розвитку цього суспільства є мережа Інтернет, а також комунікації, які відбуваються на її основі.

Нині щодо Інтернету можна говорити про еволюцію технологічного утворення, яке набуло рис соціокультурного простору, заснованого на інтеракції й комунікації. При цьому комунікація та засоби її здійснення (технології) посідають у мережі Інтернет провідну роль. Вербальне спілкування, яке здійснюється переважно за допомогою електронних текстів, є системотворчою ознакою Інтернету як соціальної реальності.

Здійснений аналіз мережі Інтернет з позицій соціокультурного підходу засвідчив, що в Мережі формується певний соціокультурний простір – віртуальний й комунікативний по суті, у якому людина - як користувач Інтернету - отримує можливість перебувати у віртуальній реальності, яка в даний конкретний момент є зовнішнім для людини середовищем. Користувач також має можливість конструювати цю реальність, залишаючи при цьому відбиток власної суб'єктивності. І саме Інтернет є тим універсальним механізмом віртуалізації *соціальності*, де віртуальність є неминучим соціальним ефектом нових комунікаційних технологій. І саме Мережа породжує цей комунікативний соціально-культурний простір, який є системотворчою ознакою інформаційно-комунікативного суспільства, що зараз формується.

Дослідження показало також, що процеси, які відбуваються в інтернет-просторі, мають суттєву «гендерну складову», вплив якої здійснюється за двома напрямками: з одного боку, гендер впливає на соціальні процеси, реалізовані в Мережі, змінюючи їх характер, а з іншого - підсилення інтернетизації та інформатизації суспільства впливає власне й на гендер як соціальний конструкт, перетворюючи певним чином структуру гендерних відносин спочатку в Інтернеті, а потім і в повсякденному житті.

Щодо Інтернету можна говорити про гендерні особливості в мотивації його аудиторії, сприйняття феномена Мережі та інтернет-реалій, організацію та наповнення його контенту, протікання в ньому соціальних комунікацій.

Дослідження також довело, що гендер одночасно залежить від характеристик і особливостей соціального середовища, де реалізуються гендерні практики, від технологій й статі. Через різнобічність і досить неоднозначну залежність цей параметр, у принципі, не може бути стабільно фіксованим і однозначним. Більше того, саме комунікативний простір Інтернету через його власні характеристики (високий ступінь анонімності й дистантності спілкування, розмаїття засобів для створення ресурсної бази «конструювання» гендеру в Мережі, яку можна бути використати практично для будь-яких гендерних репрезентацій, швидкої й нескладної симуляції будь-якого соціального середовища) надає можливість розвиватися саме таким гендерним моделям і тактикам поведінки, які в реальній комунікації відбуватися не можуть. Це дозволяє розглянути саме поняття «гендер» з

позицій існування кількох гендерів (його множинності), плинності й нестабільності в цілому, а також можливості його швидкого розігрування за різних ситуативних обставин.

У цілому розвиток гендерних відносин у просторі інтернет-комунікацій може реалізовуватися в межах чотирьох напрямів: *патріархатного, біархатного, унісексистського і множинного*, коли стають можливими миттєва зміна статі й одночасне існування декількох гендерів.

Поява цих гендерних практик, зумовлених технологічними можливостями самого середовища, та їх одночасне функціонування в Інтернеті спричиняють кардинальний перегляд моделі гендерних відносин у суспільстві. У цілому, соціальне середовище Інтернету сприяє більшій розмаїтості гендерних практик і стратегій поведінки в інформаційно-комунікативному суспільстві - на відміну від інформаційного, індустріального й аграрного типів суспільства, але водночас «розподіл» символічного капіталу в мережі Інтернет здійснюється за патріархатною схемою – усе жіноче маркується, суб'єктивується й стає маргінальним. У постінформаційному - інформаційно-комунікативному суспільстві все виразніше окреслюються тенденції руйнування соціально-економічного патріархату з одночасним посиленням культурного патріархату – андроцентризму. Інтернет-технології тільки прискорюють ці процеси, водночас надаючи жінкам, з одного боку, набагато більші комунікативно-інформаційні й освітні ресурси, а з іншого – посилено насаджуючи традиціоналістські стереотипи й цінності, які характерні для патріархатної свідомості.

Усі перераховані тенденції посилюють суперечливість і неоднозначність функціонування гендерної моделі в Інтернеті, що впливає й на розвиток гендерних відносин у суспільстві, збільшуючи конфліктний потенціал.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

1. Горошко Е. И. Информационно-коммуникативное общество в гендерном измерении: монографія / Е. И. Горошко. – Харьков: «ФЛП Либуркина Л. М.», 2009. – 816с.
2. Горошко Е. И. Гендерные аспекты мотивации пользователей Интернет-ресурсами / Е. И. Горошко // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства: Збірн. наук. праць. – Харків: Видавничий центр ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2005. – С. 510-513.
3. Горошко Е. И. Гендерные особенности электронной коммуникации в Интернете / Е. И. Горошко // Право і безпека. – Харків: ХНУ ВС, 2005. – № 4/6. – С. 189-192.
4. Горошко Е. И. Гендерное пространство Интернета / Е. И. Горошко // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. – Сер. “Философия. Социология”. – Симферополь, 2005. – Т. 18 (57), № 2. – С. 58-64.
5. Goroshko O. Ig. Internet Use: Gender Analysis / O. Ig. Goroshko // Вісник Міжнародного слов'янського університету. – Харків, 2006. – Т. IX, № 1. – С. 3-6.
6. Горошко О. І. Гендер у Мережі: становлення теоретичної парадигми / О. І. Горошко // Вісник Міжнарод. Слов'янського університету. – Харків, 2006. – Т. IX, № 2. – С. 3-9.

7. Горошко Е. И. Интернет сквозь призму обыденного сознания: гендерный аспект анализа / Е. И. Горошко // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. – 2006. – № 752. – С. 129-133. – (Серія «Соціологія»).
8. Горошко Е. И. Особенности отражения гендерной идентичности на персональных веб-страницах / Е. И. Горошко // Право і безпека. – Харків: ХНУ ВС, 2006. – № 5. – С.196-199.
9. Горошко Е. И. Блогосфера Уанета в контексте развития информационного общества в Украине / Е. И. Горошко // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. – 2007. – № 761. – С. 53-62. – (Серія «Соціологія»).
10. Горошко Е. И. Виртуальная идентичность: гендерный анализ / Е. И. Горошко // Вісник Одеського національного університету. – Одеса, 2007. – Т. 12, вип. 6. – С. 96-107. – (Серія «Соціологія і політичні науки»).
11. Горошко О. І. Можливість синергетичного підходу до вивчення мережі Інтернет / О. І. Горошко // Вісник Міжнародного Слов'янського університету. – Харків, 2007. – Т. X, № 1. – С. 3-10.
12. Горошко Е. И. Становление информационного общества: международный опыт и украинский контекст / Е. И. Горошко // Вісник Міжнародного Слов'янського університету. – Харків, 2007. – Т. IX, № 2. – С. 3-9.
13. Горошко Е. И. Дистанционное образование в ВУЗе: гендерный анализ / Е. И. Горошко // Вісник Одеського національного університету. – Одеса, 2008. – Т. 13, вип. 5. – С. 295-302. – (Серія «Соціологія і політичні науки»).
14. Горошко О. І. Комуникативна віртуальна ідентичність: гендерний аналіз / О. І. Горошко // Соціальна психологія. – 2008. – № 5 (31). – С. 98-108.
15. Горошко Е. И. Политические коммуникации в сети Интернет / Е. И. Горошко // Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. – Симферополь, 2008. – Т. 21 (60), № 4. – С. 355-360. – (Серія «Философия. Социология»).
16. Горошко О. І. Правові основи функціонування Інтернету в Україні / О. І. Горошко // Вісник Харківського національного університету внутрішніх справ. – Харків, 2008. – Вип. 40. – С. 349-354.
17. Горошко О. І. Проблема безпеки в соціальному просторі інтернет-комунікацій: веб-сайт як джерело інформаційної небезпеки / О. І. Горошко // Вісник Харківського національного університету внутрішніх справ. – Харків, 2008. – Вип. 43. – С. 361-368.
18. Горошко О. І. Проблеми безпеки функціонування Інтернету в Україні / О. І. Горошко // Вісник Харківського національного університету внутрішніх справ. – Харків, 2008. – Вип. 42. – С. 311-317.
19. Горошко О. І. Становлення інформаційного суспільства як фактор трансформації гендерного дискурсу / О. І. Горошко // Вісник Міжнародного Слов'янського університету. – Харків, 2008. – Т. XI, № 1. – С. 6-11.
20. Горошко О. І. Цифрова нерівність: гендерний аналіз (локальна та глобальна перспективи) / О. І. Горошко // Вісник Міжнарод. Слов'янського університету. – Харків, 2008. – Т. XI, № 2. – С. 3-7.
21. Горошко Е. И. Интернет и становление информационного общества в Украине / Е. И. Горошко // Соціальні виміри суспільства. – 2009. – Вип. 12. – С. 407-416.
22. Горошко О. І. Мотиви користування мережею Інтернет: гендерний аналіз / О. І. Горошко // Соціальна психологія. – 2009. – № 4 (36). – С. 148-161.
23. Горошко Е. И. Особенности гендерной стереотипизации в Интернете / Е. И. Горошко // Ученые записки Таврического национального университета имени В.И.Вернадского. – 2009. – Т. 22 (61), № 1. – С. 49-60. – (Серія «Философия. Социология»).
24. Горошко Е. И. К вопросу о введении курсов по гендерной проблематике в программу высших учебных заведений Украины / Е. И. Горошко // Гендер: реалії та перспективи в Українському суспільстві. – Київ: НТУ «КПІ», 2003. – С. 173-176.

25. Goroshko O. Ig. Gender Aspects of Computer Mediated Communication / O. Ig. Goroshko // Зб. наук. пр. «Проблеми та перспективи формування національної гуманітарно-технічної еліти». – Харків: НТУ «ХПІ», 2004. – Вип. 6 (10). – С. 316-325.
26. Горошко О. І. Гендерні особливості комп'ютерної комунікації / О. І. Горошко // Управління розвитком. – Харків: Издательский Дом «ИНЖЕК», 2005. – № 2. – С. 101-102.
27. Горошко Е. И. Электронная коммуникация (гендерный анализ) / Е. И. Горошко // Сб. науч. ст. «Общение. Языковое сознание. Межкультурная коммуникация». – М.: Институт языкознания, 2005. – С. 65-81.
28. Goroshko O. Jezykowe wlaciwosci tekst elektronicznego. Analiza porownawcza angielskich i rosyjskich witryn internetowych / O. Goroshko // *Yezyk@multimedia*. – Wroclaw: Wydawnictwo naukowe dolnoslaskiej szkoly wyzszej edukacji twp we wroclawiu, 2005. – С. 411-421.
29. Горошко Е. И. Интернет-коммуникации в гендерном измерении / Е. И. Горошко // Вестник Пермского университета. – Пермь, 2006. – Вып. 3 «Язык – культура – цивилизация». – С. 219-229.
30. Горошко Е. И. Гендерные образы Рунета / Е. И. Горошко // Тезисы докладов ХУ Междунар. симпозиума по психолингвистике и теории коммуникации «Речевая деятельность. Языковое сознание. Общающиеся личности». – М.: ИЯ РАН, 2006. – С. 80-81.
31. Горошко О. І. Соціологія Уанету: методи вивчення віртуальної аудиторії / О. І. Горошко // Матеріали другої наук. конф. «Сучасні суспільні проблеми у вимірі соціології управління». – Донецьк: ДонДУУ, 2006. – С. 152-164.
32. Горошко Е. И. Гендер и общество / Е. И. Горошко // Зб. наук. праць «Гендерный вопрос и политика безопасности в постсоветских странах». – Луганск-Женева: Знание, 2007. – С. 21-70.
33. Горошко Е. И. Гендерная социология: становление методологической парадигмы / Е. И. Горошко // Культура народов Причерноморья. – Межвузовский центр Крыма. – Симферополь, 2007. – № 106. – С. 207-212.
34. Горошко О. І. Інтернет студії - соціологія Інтернету – кіберсоціологія: можливості вивчення Інтернету з міждисциплінарних позицій / О. І. Горошко // Зб. наук. праць «Соціологія управління». — Донецьк: ДонДУУ, 2007. – Т. 8, вип. 3 (80). – С. 185-190. – (Серія «Спеціальні та галузеві соціології»).
35. Горошко Е. И. Дистанционное образование в вооруженных силах: возможности гендерного подхода / Е. И. Горошко // Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки та оборони. – 2008. – Ч. 1. – № 1 (1). – С. 25-36.
36. Горошко Е. И. Дистанционное образование в вооруженных силах: возможности гендерного подхода / Е. И. Горошко // Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки та оборони. – 2008. – Ч. 2. – № 2 (2). – С. 35-43.
37. Горошко Е. И. Живые журналы Рунета: гендерный анализ / Е. И. Горошко, Н. О. Шелестова // Коммуникации в современной парадигме социального и гуманитарного знания. Материалы 4-й Междунар. конф. РКА «Коммуникация-2008» – М.: РКА, 2008. – С. 172-175. Здобувачем була розроблена теоретична й практична концепція дослідження й написаний текст статті. Н. О. Шелестовою було здійснено кількісна обробка даних.
38. Горошко Е. И. Интернет-коммуникация: настоящее и будущее / Е. И. Горошко // Под ред. А. Т. Никитина, С. А. Степанова // Науч. издание по материалам междунар. Форума к 90-летию со дня рождения академика РАН Н. Н. Моисеева «О некоторых чертах цивилизации будущего». – М.: Изд-во МНЭПУ, 2008. – С. 455-466.
39. Горошко О. І. Проблема толерантності у комунікативному просторі Інтернету / О. І. Горошко // Матеріали четвертої наук. конф. «Сучасні суспільні проблеми у вимірі соціології управління». – Донецьк: ДонДУУ, 2008. – С. 146-153.
40. Goroshko O. Ig. Gender equity through gender teaching online / O. Ig. Goroshko // Proceedings of the 4th International Barcelona Conference on Higher Education. – Barcelona GUNI, 2008. – Vol. 3 «Higher education and gender equity». – 41 p.

41. Goroshko O. Ig. Structural Characteristics of Russian and English CMC / O. Ig. Goroshko // First ISA Forum of Sociology "Sociological Research and Public Debate". - Barcelona, Spain September 5 - 8, 2008. Conference Abstracts Prepared in Cooperation with CSA Sociological Abstracts. – P. 88.
42. Goroshko O. Ig. Virtual Political Office Where Culture and Gender Meet / O. Ig. Goroshko // The Handbook of Research on Virtual Workplaces and the New Nature of Business Practices. – USA: Idea Group Inc., 2008. – P. 636-662.
43. Горошко О. І. Гендерна самоідентифікація у віртуальному просторі: спроба рефлексії / О. І. Горошко // Проблеми самоідентифікації сучасного українського суспільства: політичні, економічні, соціальні та культурні аспекти. – К.: Національна академія управління, 2009. – С. 193-196.
44. Горошко Е. И. К определению понятия «Компьютерно-опосредованная коммуникация» / Е. И. Горошко // Социальные коммуникации современного мира: науч.-теоретический сборник. – Запорожье, 2009. – С. 168-178.
45. Горошко Е. И. Методы изучения виртуальной аудитории / Е. И. Горошко // Журнал о культурной политике и социальных практиках «60 параллель». – Сургут, 2009. – Т. 3, № 34. – С. 58-61.
46. Горошко Е. И. Образование 2.0 – это будущее отечественного образования? / Е. И. Горошко // Образовательные технологии и общество. Ч. 1 «Попытка теоретической рефлексии». – 2009. – Т. 12, № 2. – С. 449-465.
47. Горошко Е. И. Класс 2.0: от теории к практике / Е. И. Горошко // Образовательные технологии и общество. – 2009. – Т. 12, № 3. – С. 449-465.
48. Горошко Е. И. От образования 2.0 к классу 2.0: или от теории к практике / Е. И. Горошко // Соціологія в ситуації соціальних невизначеностей: Тези доповідей учасників Першого Конгресу Соціологічної Асоціації України. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2009. – С. 304-305.
49. Горошко О. І. Феномен Уанету: соціологічний аналіз / О. І. Горошко // Зб. наук. праць «Соціологія управління». – Донецьк: ДонДУУ, 2009. – Т. X, вип. 116. – С. 111-127. – (Серія «Спеціальні та галузеві соціології»).
50. Горошко Е. И. Гендерное пространство Рунета / Е. И. Горошко // Control + Shift: публичное и личное в русском интернет. – М.: Новое литературное обозрение, 2009. – С. 151-168. (Серия "Библиотека НЗ").

АНОТАЦІЯ

Горошко О. І. Гендерні аспекти інтернет-комунікацій. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора соціологічних наук за спеціальністю 22.00.04 – *спеціальні та галузеві соціології*. – Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна. - Харків, 2009.

У дисертації розроблено концепцію нової гендерної моделі, яка виникає в інтернет-комунікації, а також описано її вплив на розвиток гендерних відносин в Україні в умовах формування інформаційно-комунікативного суспільства. Показано, що ця модель розвивається за чотирма напрямками: *патріархатним*, при якому відбувається акцентуація вроджених відмінностей між чоловіками й жінками; *біархатним*, який характеризується збалансованістю чоловічого й жіночого, визначаючи партнерські відносини й взаємодію між статями; *унісексистським*, пов'язаному з тиражуванням ідеї нерозчленованості чоловічого й жіночого чи їх злиття, яке призводить до нівелювання гендерних відмінностей; *множинним* (коли відбувається стрімка зміна статі та водночас існування декілька гендерів). Поява цих нових гендерних практик ініціює перегляд моделі функціонування гендерних відносин у суспільстві. У інформаційно-

комунікативному суспільстві - все виразніше починають окреслюватися тенденції руйнування соціально-економічного патріархату з одночасним посиленням культурного патріархату. Усі ці тенденції підсилюють суперечливість і неоднозначність функціонування гендерної моделі в просторі інтернет-комунікацій, що впливає й на розвиток гендерних відносин в інформаційно-комунікативному суспільстві, збільшуючи їх конфліктність.

Ключові слова: гендер, інформаційне суспільство, інформаційно-комунікативне суспільство, Інтернет, інтернет-комунікація, пострадянське суспільство, соціокультурна трансформація.

АННОТАЦІЯ

Горошко Е. И. Гендерные аспекты интернет-коммуникаций. – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени доктора социологических наук по специальности 22.00.04 – *специальные и отраслевые социологии*. – Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина. - Харьков, 2009.

В диссертации разработаны концептуальные основы функционирования гендерной модели в условиях постоянно изменяющегося социокультурного пространства интернет-коммуникаций и описано влияние этой модели на гендерные отношения в условиях становления в Украине информационно-коммуникативного общества, которое характеризуется усилением уровня виртуальности основных социальных институтов, их сетевой структурой, снижением значимости знания как средства накопления социального капитала и т.д. Показано, что современный этап развития информационного общества можно определить как информационно-коммуникативное общество, где стремительно возрастающие объемы коммуникаций становятся важным системообразующим признаком. При этом одним из главных двигателей развития этого общества является сеть Интернет и коммуникации, происходящие на этой основе. В настоящий момент Интернета следует рассматривать как технологический феномен, эволюция которого придала ему черты социокультурного пространства, основанного на интеракции и коммуникации. При этом коммуникация и средства ее осуществления (технологии) приобретают в сети Интернет ведущую роль. Результаты диссертационного исследования показали, что в Сети формируется определенное социокультурное пространство - виртуальное и коммуникативное по сути, в котором человек, будучи пользователем Интернета, получает возможность находиться в виртуальной реальности, которая в данный конкретный момент выступает в качестве внешней для него среды, а также конструировать эту реальность, налагая при этом печать собственной субъективности. В результате возникает некая силовая конструкция, особое коммуникативное социокультурное пространство, в котором запускаются механизмы виртуализации *социальности*, что вызывает системные изменения в обществе. Исследование показало также, что в отношении Уанета, можно говорить о гендерных особенностях в мотивации пользования Сетью, в восприятии интернет-реалий, организации и содержании сетевого контента, социальных коммуникаций, реализуемых в Сети. Исследование выявило, что гендер может одновременно зависеть от характеристик и особенностей социальной среды, где реализуются гендерные практики, технологий, коммуникативной ситуации, социобиографических данных коммуникантов. В силу такой многосторонней и достаточно неоднозначной

зависимости этот параметр в принципе не может быть стабильно фиксируемым и однозначно проявляемым. Более того, именно коммуникативное пространство Интернета в силу его собственных свойств (высокой степени анонимности и дистантности общения, разнообразия средств для создания ресурсной базы «конструирования» гендера в Сети, которую можно использовать практически для любых гендерных репрезентаций, быстрой и несложной симуляции любого социального пространства) предоставляет возможность развиваться именно таким гендерным стратегиям и тактикам поведения, которые в реальной коммуникации в принципе происходить не могут. Это позволяет посмотреть на само понятие «гендер» с позиций существования нескольких гендеров (его множественности), текучести и нестабильности в целом, а также возможности его разыгрывания при различных ситуативных обстоятельствах. В целом, развитие модели гендерных отношений в пространстве интернет-коммуникаций может реализовываться в рамках четырех направлений: *патриархатного*, когда происходит акцентуация врожденных различий между мужчинами и женщинами и осуществляется интенсивное тиражирование через Интернет традиционалистских взглядов и ценностей; *биархатного*, при котором происходит определенная сбалансированность мужского и женского в Сети и предопределяются партнерские отношения и взаимодействие между полами; *унисексистского*, связанного с тиражированием идеи нерасчлененности мужского и женского начал или их слиянием, что приводит к нивелированию гендерных различий вообще; *множественного*, при котором допускаются ситуации мгновенной смены пола и одновременного существования нескольких гендеров. Появление этих новых гендерных практик, обусловленных технологическими возможностями самой среды, ведет к кардинальному пересмотру всей модели функционирования гендерных отношений в обществе. Социальная среда Интернета способствует большему разнообразию гендерных практик и стратегий поведения в информационно-коммуникативном обществе в отличие от информационного, индустриального и аграрного типов общества. Одновременно «распределение» символического капитала в сети Интернет осуществляется по традиционалистской модели – всё женское маркируется, субъективируется и становится маргинальным. В информационно-коммуникативном обществе всё явственнее начинают проступать тенденции разрушения социально-экономического патриархата с одновременным усилением культурного патриархата – андроцентризма. Интернет-коммуникации ускоряют эти процессы, одновременно предоставляя женщинам, с одной стороны, гораздо большие коммуникативно-информационные и образовательные ресурсы, а, с другой, усиленно насаждая традиционалистские стереотипы и ценности, характерные патриархатному сознанию. Все перечисленные тенденции усиливают противоречивость и неоднозначность функционирования гендерной модели в пространстве интернет-коммуникаций, что влияет и на развитие гендерных отношений в информационно-коммуникативном обществе, усиливая их конфликтный потенциал.

Ключевые слова: гендер, информационное общество, информационно-коммуникативное общество, Интернет, интернет-коммуникация, постсоветское общество, социокультурная трансформация.

SUMMARY

Goroshko O. Ig. Gender Aspects of Computer-Mediated Communication. – Manuscript.

Thesis for obtaining the scientific degree of Doctor of Sociology in specialty: 22.00.04 – *special and branch sociologies*. Vasyl Karazin National University. -Kharkiv, 2009.

The thesis enlightens a new gender model development obtained through internet-communication and its impact on gender relations in Ukraine within the context of information-communication society. This model develops on four approaches: *the patriarchy approach* connected with the accentuation of inborn differences between males and females; *the androgenic approach* characterized by the balance between masculinity and femininity in society providing the partnership relations between the sexes; *the unisex approach* linked with the idea of female and male embodiment initiating the negation or levelling of differences between the sexes and *gender switching* or *gender diversity approach* generated exclusively by the internet technologies. The emergence of these new gender practices initiated by the Net leads to the reconsideration of gender relations in post-soviet society. One can argue about the ruin of social-economic patriarchy and the intensification of cultural patriarchy – *androcentrism*. All these tendencies add the ambiguity and contradiction to the current gender model circulation deepening the potential gender conflict in the emerging information-communication society in Ukraine.

Key words: gender, information society, information-communication society, Internet, computer-mediated communication (internet-communication), post-soviet society, socio-cultural transformation.

Горошко Олена Ігорівна

ГЕНДЕРНІ АСПЕКТИ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЙ

Спеціальність 22.00.04 – спеціальні та галузеві соціології

АВТОРЕФЕРАТ
дисертації на здобуття наукового ступеня
доктора соціологічних наук

Відповідальний за випуск: член-кореспондент НАН України,
доктор соціологічних наук, професор Бакіров В. С.

Підписано до друку 25.01.10. Папір офсетний. Ризографія.
Формат 60x90/16. Гарнітура «Таймс». Ум.-друк. арк. 1,9.
Тираж 100 пр.
Видавництво

Свідоцтво № від .