

ФЕНОМЕН «ЖІНОЧОГО ІНТЕРНЕТУ»: ОБРАЗ КІБЕРВУМЕН ЯК  
МІФОЛОГЕМИ МАСОВОЇ СВІДОМОСТІ СУЧАСНОСТІ

***Анотація:** показано основні закономірності виникнення та поширення жіночого простору в мережі інтернет; проаналізовано варіативність жіночих образів в інтернеті, що виникають в чоловічій свідомості; досліджено різноманітність жіночого інтерпретування за допомогою інтернету.*

***Ключові слова:** жіночий інтернет, кібервумен, жіночі образи.*

***Аннотация:** показаны основные закономерности возникновения и распространения женского пространства в сети интернет; проанализовано вариативность женских образов в интернете, возникающие в мужском сознании; исследовано разнообразие женского интерпретирования посредством интернета.*

***Основные понятия:** женский интернет, кибервумен, женские образы*

***Annotation:** showed the basic patterns of female distribution in the Internet; analyzed diversity of women's images in the Internet in the men's consciousness; interpretation and different varieties of using Internet by women.*

***Basic concepts:** female internet, kibervumen, women's images.*

Незаперечним є той факт, що інтернет – це винахід представників чоловічої статі, що набуває свого вибухового поширення саме в інформаційну епоху. Він (тобто, інтернет), як культурний феномен, поширюється на різні вікові групи та соціальні стани суспільства – починаючи від підліткового і закінчуючи людьми пенсійного віку. Проте «пальма першості» чоловікам належить в цьому випадку лише частково, оскільки на сьогодні жінки створили в ньому свій власний «архіпелаг». На превеликий жаль, цей постмодерний феномен (а він беззаперечно таким є) практично не досліджується, хоча

заслуговує на це повною мірою. Лишень уявіть, за сім років жіночі позиції у всесвітній мережі зросли від звичайних (в деякій мірі, примітивних) сайтів знайомств до глобальних ділянок кіберпростору, які нині налічують багато тисяч (конкретну цифру ніхто встановити так і не наважується). Жіночий архіпелаг в інтернеті виявляє себе як щось живе і єдине, пульсуюче загальними імпульсами, з єдиною і в той же час різносторонньою аудиторією, яку об'єднує не тільки наявність доступу до мережі, але й сприйняття світу.

При цьому слід негайно зробити дві важливі обмовки. По-перше, сьогодні важко знайти жінку-користувача, яка хоча б раз не відвідувала «жіночі» сайти, і так само важко знайти користувача, який відвідував би лише їх і ніякі інші. Наявність специфічно жіночого віртуального простору не означає, що жінку в мережі більше нічого не цікавить. А по-друге, серед відвідувачів жіночих сайтів присутні й чоловіки, хоча, зрозуміло, в більш скромній кількості. Для переважної більшості чоловіків жіночий інтернет - якщо не ворожа територія, то однозначно «terra incognita», незнайомий і загадковий світ, по якому варто проводити пізнавальні екскурсії [1].

Про сутність та вирізняльні характеристики жіночого інтернету думки розходяться не стільки у чоловіків (їх ця тема взагалі не дуже цікавить), скільки у самих користувачів. Для одних – це заповідник, відвойований у жорстокого світу, де нарешті можна побути собою і відпочити; для інших - клітка, в яку попадаються жінки ( як наркотик, певною мірою).

Робота жінок за комп'ютером суттєво відрізняється від роботи чоловіків. Це пов'язано як з психологічними та фізіологічними особливостями жіночого організму, так і з гендерними стереотипними установками, що наскрізь пронизують сучасне інформаційне суспільство. Теоретично, жінки пристосовуються під оточення (на відміну від чоловіків, які, навпаки, весь світ перебудовують під себе), вони, так само, пристосовуються і до «монстра», «невідомого об'єкта» у вигляді комп'ютера. Якщо раптом «комп» почне підкидати незрозумілі дії, чоловік, зазвичай, просто знається на причині або ж орієнтується в ситуації (в крайньому випадку, замінить все необхідне

приладдя). Жіночу реакцію на вищеописану ситуацію передбачити практично неможливо. В одному випадку вона розпочне підбирати таку послідовність дій з комп'ютером (операційною системою, програмою), коли проблеми, так звані, «глуки» можна звести до мінімуму. Навіть якщо це займе значно більше часу.

Якщо ж доведеться повторювати однакову операцію багато разів поспіль, чоловік витратить свій час на те, щоб її автоматизувати. Жінка ж, навпаки, повторюватиме одну й ту саму операцію до тих пір, поки:

А) не недоїсть;

Б) все, нарешті, не буде зроблено;

В) хтось не підкаже як можна автоматизувати процес.

Як бачимо, певний час жінка користується придбаними знаннями, проте звичка знову може взяти своє. І нарешті: найнезрозумілішим для жінки є інтерфейсні програми типу «Norton Commander», без яких не обійтися жодному більш-менш грамотному користувачеві. Жінка ніколи не вивчає повністю складні програми. Перехід на іншу оновлену версію чи програму для жінки відбувається хворобливо і нервово. Жінки ніколи не шукають нових версій програм. І взагалі нових програм. Їм завжди вистачає звичного набору, застарілого набору. Жінка приголомшливо швидко запам'товує будь-яку послідовність дій з комп'ютером. Відтворює, до речі, без помилок і в будь-який час. У цьому сенсі вони самодостатні. Те ж саме стосується і нового комп'ютера - старий він як улюблена сукня [1].

Спочатку жінка в мережі вважалася рідкістю, це навіть видавалося дещо неприродним явищем. Виникали підозри, що це зовсім і не жінка, а чоловік, який, пишучи під жіночим іменем, просто хоче розважитись чи прагне познущатися над колегами. Пізніше виявилось, що жінок в мережі з'являється непропорційно до кількості потенційних жартівників: отже, це і насправді реальні пані, що осмілилися зробити замах на суто чоловічий простір.

Звичайно, знаходяться чоловіки, що допомагають жінкам увійти до мережі і звикнути до «миші», але основного змісту це не міняє. Нормальній жінці в

інтернеті все одно робити нічого, тому що вона нічого не розуміє в комп'ютерах і напевне заблукає в кіберпросторі.

Таке нечуване нахабство не могло залишитися ні непоміченим, ні безкарним. Ображене в кращих відчуттях чоловіче населення мережі, відчувши, що в них віднімають їх сферу зайнятості, почало відбиватися як короткими автоматними чергами анекдотів, так і витворенням власних жіночих прообразів. Ці образи вже стали невід'ємною частиною не тільки мережевої субкультури, але і культури масової.

Прихильники даної тези обдарували світ двома нетлінними персонажами: Блондинкою і Віртуальною Відьмою. При всій зовнішній антагоністичності ці образи сходяться в головному: у глибоко зневажливому відношенні до жінки і визнанні її перебування в мережі порушенням природного порядку речей.

Блондинка - персонаж далеко не оригінальний, правильніше навіть сказати, звичний і буденний в наш час, оскільки викликає асоціації, в першу чергу, з героїнею всім відомих анекдотів, що потрапила в мережу. Анекдотичною гіперболою він і вичерпується: тут немає ні глибини, ні складності;

- Що робить блондинка, підійшовши до комп'ютера?

- Кричить, тому що вона побачила мишу.

Або ж:

- Як блондинка входить до мережі інтернет?

- З головою, так що тільки ноги видніються.

Вищезазначені анекдотичні фрази окреслюють стереотипічні уявлення про блондинок як неймовірно сексапільних і неймовірно дурних. Впливає логічний висновок: єдине, на що здатна Блондинка в інтернеті - це викликати здоровий сміх, тому що вона не тільки не розуміє, куди потрапила, але навіть не в змозі самотійно звідти вийти.

В образі Блондинки уявлення про жіночу неповноцінність в порівнянні з чоловіком доведене до абсурду, що і дозволяє припустити: головна функція цих анекдотів не розважальна, а компенсаційна. Варто відмітити, що навіть серед любителів подібних анекдотів образ Блондинки як адекватне віддзеркалення

реальності сприймається лише тими чоловіками, яких колись дуже сильно образила жінка.

Якщо Блондинка - персонаж комічний, то Віртуальна Відьма, як і належить істоті демонічній, викликає тремтіння і купу негативних асоціацій. На відміну від Блондинки, що випадково потрапила в мережу, Відьма мешкає в ній постійно, і, зрозуміло, привело її туди зовсім не бажання залучитися до чогось великого і світлого. За своєю суттю Відьма - глибока нещасна істота, у якої немає нічого, - ні чоловіка, ні дітей, ні жіночої привабливості. Не то феміністка, не то лесбіянка, не то стара діва - а може, і те, і інше, і третє одночасно, Віртуальна Відьма страшна, агресивна і немислимо активна. Її віртуальне буття проходить в безперервних спробах войовничого самоствердження. Відьма паскудить на чоловічих форумах, грубіянить чоловікам на конференціях, створює феміністські сайти, пропагує лише свою точку зору і нівелює інші.

Як бачимо, образ Віртуальної Відьми трактується як діагноз і виступає «червоним світлом» для тих представниць прекрасної половини людства, які наважуються зайти до забороненої зони.

Наочне підтвердження вислову Сімони де Бовуар «Жінкою не народжуються, жінкою стають» можна прослідкувати з огляду інтерпретації несамовитої спроби жінки розгледіти саму себе, зрозуміти цей світ і своє місце у ньому через призму мережевої, віртуальної комунікації. В результаті, отримуємо, свого роду, «жіночий круг», де яскраво представлені проекти, присвячені материнству і дитинству, здоров'ю, інтернет-магазини косметики і одягу, сайти салонів краси, а також сайти жіночих політичних організацій, що вибрали гендерно-чутливу стратегію презентації жінки в політиці (іншими словами, що займаються все тими ж проблемами дитинства і материнства). Величезний пласт жіночого інтернету складають сайти, присвячені численним жіночим хобі, - від вишивання до ворожіння, причому, мережа здатна задовольнити духовні запити будь-якого рівня, а не тільки багатовіковий інтерес жінок до таємниць випічки і магії [2].

В контексті вищезазначеного, варто розпочати з наступного: жіночі портали поділяються на два підвиди: універсальні і спеціалізовані. Перші (наприклад, «Ассоль», «Жіночий клуб» або «woman.ru») претендують на роль віртуального втілення жіночого універсуму, в якому є все, що може хвилювати жінку: від властивостей косметичного молочка до гендерної асиметрії в мові. Універсальний жіночий портал неодмінно включає безліч підрозділів: «Мода», «Краса», «Здоров'я», «Любов», «Кулінарія», «Психологія» (тут зустрічаємо різні варіанти: «Він і вона», «Ти сама»), «Сім'я», «Знаменитості», «Хобі», «Подорожі, заповнених статтями, ілюстраціями і, певна річ, рекламою. Як бачимо, відвідавши портал, жінка отримує можливість «не відходячи від каси» дізнатися рецепти масок для обличчя, розмір допомоги при народженні першої дитини, способи налагодження стосунків зі свекрухою і методику ранньої діагностики девіантної поведінки у дітей. Поєднання таких несхожих речей - хай не в межах одного сайту, але в межах групи сайтів, орієнтованих на один і той же сегмент аудиторії, - це, на перший погляд, порушення правил, інтелектуальне непорозуміння. Насправді, так воно і є, оскільки створюється своєрідний «мікс» як корисного і необхідного, так і другосортного і непотрібного.

Спеціалізовані портали («Kosmetychka.ru», «Intermoda.ru») набагато одноманітніші. Навіть із самого заголовку можна зрозуміти, що мова піде, наприклад, про моду (модний сайт «Сарафан»), чи то про косметичні засоби по догляду за шкірою. Проте, незважаючи на таку вузьку спеціалізацію, це явище не варто розцінювати як неприйнятне чи низькопробне. Навпаки, це дозволяє авторам матеріалів досягти в розробці актуальних для прекрасної половини людства тих висот, які, в принципі, є недоступними для консервативної чоловічої свідомості. Про це засвідчують назви окремих матеріалів, наприклад, «Автозагар в питаннях і відповідях», «Вишуканий стиль сафари», «Правильно фарбуємо губи». Обов'язковими, правильніше сказати, життєвонеобхідними на сьогодні є портали, окремі розділи яких присвячені боротьбі з целюлітом. Цією «нагальною проблемою» вміло користуються виробники товарів, що роблять

красу досконалою, а здоров'я непохитним, або салони, що надають відповідні послуги.

Окремої уваги заслуговують жіночі інтернет-ЗМІ, що носять, як правило, розважальний характер і що поділяються, в свою чергу, на он-лайн версії паперових журналів (наприклад, [www.cosmo.ru](http://www.cosmo.ru)) і власне мережеві, такі, що існують тільки в цифровому вигляді («Newwoman, «Клео», жіночі форуми) [4]. Мережеві видання стають все більш популярними та практичнішими, оскільки можна виділити принаймні дві вагомі переваги в порівнянні з паперовими журналами, а саме:

- частіше оновлюються (більшість чи не щодня);
- завдяки лібералізму редакційної політики незвичайно близькі до народу.

Якщо форум в принципі є особливим жанром інтернету, то жіночі форуми («Женсовет. Место встречи», форум на «WWWomen, форум про схуднення та інші) унікальні вдвічі з огляду на їх тематику та виконуючі функції. Відмінність між жіночим і чоловічим форумом очевидна і, по суті, визначається як закономірна. Сама атмосфера чоловічого форуму переповнена різкими жартами та гнітючими фразами. В тематичних форумах жінок можна віднайти риси генетичної спорідненості з чоловічими, але в більшості випадків, окреслюючи навіть суто віртуальний простір комунікації, тут обговорюється особисте, заповітне, наболіле. Жіночий форум - це одночасно сповідальня і кабінет психотерапевта, лавка біля під'їзду і ярмарок в святковий день, дамські посиденьки. Жіноча активність на форумах просто вражає: кожна з них намагається щось пояснити, наставити, порадити, розрадити, утішити, розвеселити...В результаті спостерігається утворення злагодженого хору, для якого немає такої теми, з якою не можна було б прийти на жіночий форум, і немає такої біди, яку туди не можна було б принести.

Отже, стереотипні уявлення, що склалися в масовій свідомості про жінок як користувачів мережі інтернет можна з повним правом вважати за породження соціально-культурної міфології. Відповідно, можна провести

аналогію між жіночим інтернетом та звичайним будинком, де повинно бути все: і діти, і кухня, і спальня, і телесеріали, і журнали, і святкові ворожіння... Вся творча активність жінок – чи то в реальності, чи то в мережі - це безперервна спроба облаштування навколишнього світу. В певній мірі, це спроба протистояння ентропії і агресивному хаосу кіберпростору. І як будь-яка спроба такого роду заслуговує на існування, розуміння та сприйняття.

#### **Література:**

1. Женский журнал WWWoman // <http://www.newwoman.ru/>
2. Женский журнал «Подруга» // <http://digest.subscribe.ru/woman/>
3. Женский журнал «Woman.ru» // <http://www.woman.ru/>
4. Женский журнал «Клео» // <http://subscribe.ru/catalog/rss.8125>