

УДК 167.1

**КОНСТРУКТИВИСТСКИЙ ДИСКУРС ИССЛЕДОВАНИЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ
ЖЕНСКОЙ И МУЖСКОЙ СУБЪЕКТИВНОСТИ В ИНТЕРНЕТ-БЛОГАХ**

© 2013 г.

А.М. Глазырина, Т.Л. Михайлова

Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева

romanna-88@yandex.ru

Поступила в редакцию 10.03.2013

Проводится анализ образов мужчин и женщин, представленных и тиражируемых в интернет-блогах. Конструктивистский дискурс исследования позволяет подойти к понятиям мужской и женской субъективности как к продуктам конкретно-исторической ситуации, проследив способы их конструирования в определенном контексте.

Ключевые слова: гендер, конструктивистский дискурс, маскулинность, феминность, интернет-дискурс, тематическое сообщество, интернет-коммуникация, гендерная идентичность.

Обращение к особенностям репрезентации женской и мужской субъективности в интернет-дискурсе обусловлено высокой скоростью развития этого канала коммуникации. В последние десятилетия наблюдается постепенный «перенос» социальной жизни в виртуальную реальность. Интернет является при этом не только средством получения информации, но и эффективным инструментом коммуникации в повседневной жизни.

Задачей авторов не является анализ всех форм виртуального общения, более пристальное внимание мы обращаем на блоги. Это онлайн-дневники, содержанием которых являются достаточно часто обновляемые записи (текстовые сообщения, изображения, мультимедиа). На уровне межличностного общения человек создает блог с целью расширения своего круга общения, для самовыражения, информирования других о своих интересах, поиска друзей и в целом для получения новых возможностей для коммуникации. Кроме того, блоги рассматриваются как альтернативные источники независимой информации, активно используемые в рекламе, образовании, политических процессах и в других сферах, поскольку являются инструментом выражения общественного мнения.

Гендерно-ориентированные блоги также представляются как одна из наиболее репрезентативных сфер конструирования гендерных установок, фактор формирования гендерной идентичности. Одной из характерных особенностей «сети» является уникальная возможность самопрезентации индивида, конструирования собственной идентичности. Это происходит в рамках лингвистической коммуникации.

Здесь мы следуем за Элен Сиксу и Люси Иригарэй, которые ввели понятие «женское письмо», позволяющее раскопать женскую идентичность. Женское письмо – это место, в котором женщина обретает себя. Поэтому «женщина должна вложить себя в текст – как в сущий мир и в человеческую историю, совершив самостоятельное движение» [1, с. 70]. И это является объективным не только в отношении женского письма: «язык – волшебное зеркало, в котором заключены человеческие миры... Мы пленники своего языка» [1, с. 70]. В процессе создания текста человек каждый раз конструирует собственную идентичность. В интернет-блогах мы обнаруживаем целый спектр возможностей репрезентации мужской и женской субъективности, поэтому представляется важным проанализировать их содержание с этой позиции, определив основные гендерные конструкты, обозначив, какие образы мужчины и женщины востребованы современностью.

Теоретико-методологической основой исследования является концепция социального конструирования, изложенная в работе П. Бергера и Т. Лукмана [2]. В рамках этой теории гендер рассматривается как социальная конструкция: все мужское или женское создается в разных контекстах и соответственно наполнено различным содержанием опыта и разными смыслами. Гендер представляется как причина и результат повседневных взаимодействий, контролируемых обществом. Данный подход задает определенные границы гендерных исследований, основной задачей которых становится изучение того, каким образом создаются основные гендерные конструкты, формируются

представления о феминности и маскулинности. Здесь анализируются факторы, оказывающие непосредственное влияние на гендерные отношения в повседневной жизни и определяющие формирование норм и требований, предъявляемых к мужчинам и женщинам в данном историческом контексте.

Таким образом, в теории социального конструирования гендера акцент делается на изучении модели социальных отношений, поддерживаемой и воспроизводимой общественными институтами [2]. Основным позициям этой концепции соответствует следующее определение гендера, сформулированное И.С. Клециной, которого автор будет придерживаться в рамках данной статьи. Гендер рассматривается как «специфический набор культурных характеристик, которые определяют социальное поведение женщин и мужчин, их взаимоотношения между собой. Гендер, таким образом, относится не просто к женщинам или мужчинам, а к отношениям между ними и к способу социального конструирования этих отношений, то есть к тому, как общество «выстраивает» эти отношения и взаимодействие полов в социуме» [3, с. 152].

Изучение способов репрезентации мужской и женской субъективности в интернет-блогах предполагает анализ их содержания. Необходимо учитывать особенности интернет-коммуникации: анонимность, неформальность общения (пользователи могут свободно выбирать темы для обсуждения, стиль подачи материала и лексику). Соответственно появляется свобода высказываний, обусловленная тем, что в виртуальной коммуникации теряют свое значение барьеры общения, связанные с социальным статусом, возрастом, внешней непривлекательностью, наличием речевых дефектов, другими характеристиками, выраженными во внешнем облике субъекта. При этом в сети снижается эмоциональная составляющая коммуникации, в условиях физической непредставленности партнеров свои чувства пользователи стремятся выразить в письменной форме, используя специальные обозначения эмоций – смайлики.

В виртуальном сообществе круг контактов может увеличиваться почти ежедневно, сохраняется их добровольность и желательность (в любой момент пользователь имеет возможность прервать общение). В реальности возможные знакомства ограничены устоявшимся образом жизни. И наконец, в Интернете человек получает широкие возможности экспериментирования с собственной идентичностью. В условиях анонимности и ограниченного сенсорного опыта

пользователи могут проигрывать не реализуемые вне сети роли и сценарии поведения, создавать сетевую идентичность, которая не всегда совпадает с реальной идентичностью. «Анонимность общения в Интернете предоставляет субъектам возможность экспериментировать с конструированием собственной гендерной идентичности» [4, с. 37]. Создавая идентичность в сети, человек может пойти разными путями: реконструировать свою осмысленную ранее социальную идентичность или сформировать новую персональную, которая будет отличаться от реальности. Благодаря этому человек становится «субъектом не только социального, но и информационного мира» [4, с. 39].

Обобщая особенности онлайн-коммуникации, важно еще раз подчеркнуть, что возможности для самовыражения в сети, и тем более в блогах, максимально широки. «Свобода речевой деятельности» делает тексты публикаций в сети интересным объектом исследования. При этом общение в блогах, в отличие от других форм виртуального взаимодействия, характеризуется большей степенью свободы (нет ограничений, связанных с выбором темы, объемом публикаций, нет модерации, как на форумах, когда администрация оставляет за собой право удалять посты, содержащие ненормативную лексику или нарушающие другие установленные правила).

Интернет-дневник – это уникальная самопрезентация в сети, по умолчанию открытая всему виртуальному сообществу. В этом отличие блогов от обычных дневников: первые предназначены для прочтения и обсуждения, авторы рассчитывают получить обратную связь от своих адресатов [5, с. 153]. Отсюда вытекает проблема исследования: определить наиболее эффективные методы анализа блогов, рассмотрев гендерные особенности текстов на конкретном материале. Для анализа авторы обращаются к дневниковому ресурсу LiveJournal, в последующем тексте статьи будет использоваться русское наименование данного сайта – «Живой Журнал», или сокращение «ЖЖ». Это крупнейшая социальная сеть и самое популярное в России интернет-сообщество блоггеров.

В структуру блогов в ЖЖ входит ряд тематических рубрик: имя пользователя (ник), рядом с ником стоит картинка – аватар, это графическое изображение является своеобразным олицетворением автора, на странице указываются заголовки и подзаголовки журнала, интересы и антиинтересы автора. Более детальную информацию мы получаем из раздела меню «О пользователе». Далее читатель переходит непосредственно к текстам дневника. Некоторые иссле-

дователи выделяют два уровня самопрезентации в сети: докоммуникативный (к нему относятся: ник пользователя, аватар, название, статус, рубрики «интересы» и «антиинтересы») и коммуникативный (тексты и комментарии к ним) [6, с. 203]. В данной статье мы будем рассматривать так называемую коммуникативную составляющую блогов. Также на этом ресурсе размещены различные тематические сообщества, в которые объединяются пользователи, исходя из своих интересов.

В процессе работы было проанализировано содержание блогов, а также постов и комментариев в интернет-сообществах на ресурсе «Живой Журнал», посвященных гендерной тематике. Для поиска высказываний были использованы следующие запросы: «гендер», «маскулинность», «феминность», «гендерные роли». Классификация всех сообществ и блогов по интересам позволила отобрать материал, в наибольшей мере соответствующий исследовательской цели. Другим критерием отбора был размер и частота обновления записей того или иного сообщества. Всего было отобрано 15 интернет-сообществ и 18 дневников, в них было проанализировано содержание порядка 240 постов и комментариев к ним. Полученный массив данных был обработан методом контент-анализа. За единицу анализа были взяты блоги и посты по гендерной проблематике, размещенные в интернет-сообществах, включающие в себя заголовок, содержание, дату публикации и постоянную ссылку. Применение метода контент-анализа в данном исследовании являлось наиболее эффективным, поскольку предметом анализа были деликатные вопросы, связанные с гендерной проблематикой, а именно: изучение норм и требований, предъявляемых к современным мужчинам и женщинам, анализ гендерных ролей и стереотипов, основных конструктов маскулинности и феминности. С помощью указанного метода качественно-количественного анализа содержания блогов появляется возможность преодолеть тенденцию участников исследования и не демонстрировать социально-нежелательные черты, признавая только желательные.

В ручном режиме в текстах постов были выделены утверждения, относящиеся к следующим тематическим блокам: качества, характеризующие мужественность/маскулинность и женственность/феминность; содержание гендерных репрезентаций мужчин и женщин; образы мужчины и женщины, востребованные современностью; из полученного материала были удалены посты, которые не содержали информативных утверждений по данным темам. Так-

же была проанализирована модальность отобранных постов – эмоциональная окрашенность высказываний автора. Была выделена негативная (однозначное осуждение), нейтральная (из содержания поста сложно определить, как относится автор к обсуждаемой проблеме) и позитивная (автору нравится факт, который он описывает).

При анализе гендерных репрезентаций в интернет-блогах необходимо рассмотреть технологию создания образов мужественности и женственности, какие средства языка используются для формирования гендерной идентичности, в каких текстах это происходит с наибольшей степенью, какие лингвистические механизмы используются в интернет-коммуникации при тиражировании норм и требований, предъявляемых к современным мужчинам и женщинам. Технология репрезентации содержит в себе две составляющие: ценностное (идеологическое) содержание и материально-вещную атрибутику [7, с. 43].

Идеологический компонент включает в себя ценности и представления, которых должен придерживаться «настоящий» (-ая) мужчина/женщина. Материально-вещная атрибутика создает наглядные символы истинной мужественности или женственности (стиль в одежде, аксессуары, автомобили, образ жизни и т.п.). При анализе интернет-блогов мы уделим более пристальное внимание первому (ценностному) компоненту. Дневниковые записи предоставляют возможность более детально узнать субъективное восприятие гендерной проблематики их авторами. При написании текстов человек достигает самопонимания, выделяя в жизненном потоке события, обладающие для него значением и смыслом. С наибольшей полнотой «человеческое поведение выражается через рефлекссию-в-себя при написании личных текстов» [8, с. 103]. Здесь мы ссылаемся на работу П. Бергера и Т. Лукмана, в которой указывается на основные свойства языка. Они определили его как «систему словесных знаков, представляющую собой наиболее важную знаковую систему человеческого общества... Язык делает мою субъективность «более реальной» не только для моего партнера по беседе, но и для меня самого. Когда я посредством языка объективирую свое собственное бытие, я схватываю его глубоко и непрерывно в тот же самый момент, что и другой, и могу спонтанно реагировать на него, «не прерывая» размеренной рефлексии. Важная характеристика языка схвачена в выражении: люди должны говорить о себе до тех пор, пока они себя как следует не узнают» [2, с. 67].

В ходе исследования было установлено, что в целом репрезентации женской субъективности эклектичны и противоречивы. Схематично можно выделить несколько гендерных образов, транслируемых авторами интернет-блогов.

- Деловая женщина, для которой важно прежде всего реализоваться в профессиональной сфере. Этот образ конструируется через размещение биографических материалов на страницах личных блогов. Такие женщины указывают на необходимость ежедневно добиваться поставленных целей и воспитывать в себе такие качества, как независимость, решительность, самодостаточность, сдержанность и твердость в принятии решений. Так, в интернет-сообществе «Дискуссии о феминизме» мы наблюдаем наличие большого количество постов и комментариев о гендерном равенстве: *«Я не поддерживаю такой подход, что у женщины не должно быть собственных доходов, и будто кормильцем в семье является мужчина. Женщина должна быть очень образованной, и женский потенциал на рынке труда крайне необходим», «Сегодня ехала в поезде и обратила внимание на двух девушек-солдат, мне так понравилась эта картинка, что я рассказала одним знакомым. Реакция была – о ужас, женщины... э... возмужали. А я наоборот думаю, что все правильно. Каждый человек способен брать службу в армии, и пол не является определяющим фактором»* [9].

- «Жена и мать» – этот образ является своего рода противоположностью вышеуказанному. В интернет-сообществах (*«Предназначение быть женщиной», «Счастливая мама»*) размещается информация, связанная с домашними делами, воспитанием детей, гармонизацией отношений в семье. При этом домашняя работа представляется не как рутинная, а как возможность для личной самореализации.

- Женщина-модель, «секс-символ». Такой образ красивой (гламурной) женщины конструируется в публикациях, описывающих технологии красоты (уход за собой, правильное питание, упражнения по достижению внутренней гармонии и релаксации, различные системы омоложения организма и т.п.). Сюда также можно отнести интернет-сообщества, посвященные фитнесу, созданию макияжа, женскому здоровью. Современная женщина может позволить себе наличие нескольких сексуальных партнеров; при этом она не будет осуждаема общественным мнением. Так называемые гражданские (в литературе также встречается обозначение «фактические») браки стали нормой совместного общежития мужчин и женщин.

- «Счастливая женщина». Этот гендерный образец формируется в личных блогах женщин, публикующих биографические материалы об их самореализации сразу в нескольких сферах жизни, в частности в семье (как мать и супруга), в профессии, в любимом хобби. Зачастую это блоги женщин, имеющих свой бизнес. При этом большинство из них отмечают сложность совмещения семьи и работы: *«Из-за работы придется меньше времени уделять своим детям», «Личным приходится жертвовать ради общественного», «Бизнес требует делать многое вопреки своим желаниям».* Но независимо от выбора между профессиональной карьерой и семьей, авторы блогов подчеркивают главную составляющую женственности сегодня – это необходимость быть личностью [10].

В целом онлайн-дневники формируют совокупность характеристик, ожидаемых от женщины. Понятие женственности сегодня включает в себя такие качества, как уверенность, умение владеть собой, решительность, целеустремленность, независимость во взглядах и суждениях в сочетании с чувственностью, нежностью, мягкостью. Современная женщина умеет зарабатывать деньги, она часто материально независима от своего партнера, но при этом для нее важны личные отношения. Несмотря на некоторую внешнюю недоступность и холодность, для женщины по-прежнему важно создать счастливые отношения, она ждет знаков внимания и заботы со стороны любимого мужчины. Также она должна оставаться независимо от возраста и занятости внешне привлекательной, поэтому она ухаживает за собой, следит за фигурой, придерживается «светского» образа жизни. Таким образом, формируется гендерный образец, согласно которому женщина не должна замыкаться только на семейных обязанностях, ей нужно успеть состояться в профессиональной сфере и быть разносторонней личностью. Описывая общие закономерности репрезентации женственности, можно отметить следующие тенденции:

- Теряется ценность образа женщины-матери. Первичной целью становится самореализация в профессиональной сфере, и только потом женщина задумывается о материнстве. Традиционно женские черты (мягкость, чуткость, искренность, душевность) уступают место таким качествам, как агрессивность, нетерпимость, самостоятельность, независимость. Подтверждением является большое количество постов и комментариев *о путях к успешной жизни; о женском рабочем времени, «Баланс работы и личной жизни», «Семейный бизнес: за и против», «Работаю меньше, успеваю больше».*

• Тиражируется сексуальный образ, который предъявляет обязательное требование к женщине быть всегда ухоженной и красивой, иначе она не сможет добиться социального признания. Посты о соляриях, модной одежде и обуви, диетах, правильном питании, выборе фитнес-клубов составляют основной контент интернет-сообществ («Фитнес-леди», «Магия женственности»). При этом позиционируемая женская красота очень далека от естественной внешности (масса искусственных деталей составляют эталон красоты: наращенные ногти, смуглая кожа, высокие каблуки, закрашенная седина, яркий макияж).

Таким образом, обобщая особенности конструирования женской субъективности в интернет-блогах, можно отметить противоречивый характер гендерных репрезентаций. Это выражается прежде всего в столкновении различных жизненных сценариев: материнства и семьи, с одной стороны, и социальной реализации – с другой, активности и пассивности. В настоящее время рождается «новая» женственность, связанная с активной жизненной позицией во всех сферах, начиная от приватной и заканчивая политической практикой. Последнее подтверждается увеличением количества женских организаций и расширением их политических инициатив. Так, по данным Общероссийской общественной организации «Женщины бизнеса», количество компаний, возглавляемых женщинами в нашей стране, растет на 17% каждый год.

Репрезентация маскулинности отличается от анализа востребованных современностью образов женщины. Важно отметить, что маскулинность как социальный и культурно конструируемый феномен включает в себя не только ожидаемые и приписываемые характеристики, но также и сферы деятельности, в которых должен реализоваться «настоящий» мужчина. Именно область профессиональной занятости является одним из главных оснований для формирования маскулинности как конструкта, поскольку обеспечивает мужчину материальными ресурсами и максимальными возможностями для личной самореализации. Модель нормативной мужественности формирует образ мужчины, включенного в сферу производственных отношений, для него важно достичь карьерных высот и добиться профессиональных успехов [11]. Наряду с этим мужчина должен быть включен в сферу семейных и гетеросексуальных отношений. Отношения с женщиной он формирует исходя из принципов взаимопонимания и равноправия, при этом проводит много времени с

детьми, является заботливым, нежным отцом и мужем.

Перечисленные характеристики позволяют категоризировать такой тип маскулинности, как гегемонный тип. Однако наряду с ним формируется модель мужского «прекрасного» пола», возникает «новый» образ мужчины – метросексуала, который уделяет много внимания своему внешнему виду, в результате становится объектом сексуального желания. Производство предлагает ему многочисленные модели мужской одежды, парфюмерии, средств по уходу за телом. Как отмечает И.С. Кон, «такая объективация мужского тела является проявлением общей деконструкции традиционного канона гегемонной маскулинности и свидетельствует об изменении привычной гендерной системы» [12].

В целом репрезентации мужской и женской субъективности в интернет-блогах противоречивы. Однако можно проследить ряд тенденций и общих закономерностей: 1) в связи с включением женщины в сферу производственных отношений, ее стремлением реализоваться в профессиональной области разрушается традиционная система гендерного разделения труда. Мужчины утратили свою монополию в сфере бизнеса, политической власти, увеличилось представительство женщин во властных структурах, общественных организациях; 2) в современном браке можно наблюдать большее равенство и разделение домашних обязанностей. Активное включение мужчины в область «домашней работы» является одним из важных условий семейного благополучия; 3) вовлеченная в сферу производственных отношений современная женщина развивает в себе новые, ранее считавшиеся типично мужскими качества: настойчивость, целеустремленность, решительность, силу воли, независимость во взглядах. В свою очередь мужчина все чаще демонстрирует гибкость, эмпатию, умение находить компромисс. Таким образом, мы наблюдаем смешение гендерных ролей; общей тенденцией современности становится универсализация человеческой личности, «настоящим (-ей)» можно назвать андрогинную личность, которая сочетает в себе лучшие мужские и женские качества.

В результате проведенного теоретико-эмпирического исследования можно сделать следующие выводы.

• Интернет-блоги являются интересным объектом исследования, представляя собой своеобразную фокус-группу. Быстрое развитие блогосферы и растущая популярность создания личных онлайн-дневников позволяет провести

анализ, выделив интернет-сообщества и массив текстов, посвященных изучаемой тематике, в нашем случае предметом исследования становятся особенности образов мужчин и женщин, конструируемых в интернет-блогах.

- Конструктивистский дискурс позволяет подойти к понятиям мужской и женской субъективности не как к неизменной природной данности, а как к продуктам конкретно-исторической ситуации. Соответственно набор гендерных репрезентаций, представленных на страницах онлайн-дневников, не является статичным и подвержен изменениям, обусловленным трансформациями в обществе.

- Реализуясь в интернет-пространстве, виртуальное общение существенным образом отличается от общения в реальном пространстве и здесь можно выделить следующие взаимообусловленные особенности интернет-коммуникации: анонимность, физическая непредставленность субъектов общения, относительная психологическая безопасность, отсутствие единства пространства и времени, преимущественно письменный характер коммуникации. Перечисленные свойства дают возможность управлять впечатлением о себе, позволяя формировать гендерную идентичность.

- Важную роль в процессе создания гендерной идентичности играет язык. Существующие отношения между мужчинами и женщинами закреплены на уровне языка, поскольку гендер конструируется в повседневных взаимодействиях. Формирование мужской и женской субъективности происходит непосредственно в момент повествования, воспроизведения моментов из событий жизни, обладающих смыслом и значением для субъекта. С наибольшей полнотой человеческое поведение выражается через рефлексивность-в-себя при написании личных текстов.

- Особенности репрезентаций мужской и женской субъективности мы исследовали на примере блогов и интернет-сообществ, представленных на крупнейшем дневниковом ресурсе «Живой Журнал». Он был выбран исходя из следующих критериев: ресурс должен был быть популярным, русскоязычным, чтобы основной контент составляли личные записи пользователей и большинство из них были общедоступными. Блоги и посты, размещенные в интернет-сообществах по гендерной проблематике, были отобраны в ручном режиме и проанализированы с помощью метода контент-анализа.

- Был рассмотрен механизм репрезентации конструктов маскулинности и феминности, включающий две составляющие: ценностное

(идеологическое) содержание и материально-вещную атрибутику. Идеологический компонент содержит в себе ценности и представления. Материально-вещная атрибутика создает наглядные символы истинной мужественности или женственности. При анализе интернет-блогов мы уделили более пристальное внимание первому (ценностному) компоненту, поскольку дневниковые записи наилучшим образом предоставляют возможность узнать субъективное восприятие гендерной проблематики авторами.

- В результате анализа интернет-блогов были типологизированы основные гендерные образы женщин в текстах авторов: «деловая женщина», «жена и мать», «женщина-модель», «счастливая женщина», успешная в профессиональной сфере и реализовавшая себя в области семейных отношений. В частности, было выявлено то, что современной женщине приписываются как традиционно «мужские» характеристики, так и традиционно «женские» черты. «Мужские» черты – решительность, активность; традиционно «женские» – эмпатия, гибкость, мягкость. Образы мужчин в большей степени соответствуют модели гегемонной маскулинности, в которой подчеркивается значимость реализации прежде всего в профессиональной сфере. При этом постепенно формируется «новый» образ мужчины – метросексуала, который уделяет много внимания внешнему виду, в результате становясь объектом сексуального желания.

В целом, набор гендерных ролей не является статичным. Гендер как постоянно воспроизводящаяся система конструирования идентичности человека предоставляет возможность каждому определить для себя самостоятельно, что значит быть для него (нее) мужчиной или женщиной.

Список литературы

1. Михайлова Т.Л. Женское молчание как бинарная оппозиция мужскому властному дискурсу. Женщина в российском обществе // Российский научный журнал. 2008. № 4 (49). С. 62–77.
2. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. М.: Медиум, 1995. 303 с.
3. Ильин Е.П. Пол и гендер. СПб.: Питер, 2010. 688 с.
4. Савчук В.В. Философия эпохи новых медиа // Вопросы философии, 2012. № 10. С. 33–43.
5. Карсик В. Языковые ключи. М.: Гнозис, 2009. 408 с.
6. Маслова В.А. Введение в когнитивную лингвистику. М.: Флинта, 2012. 296 с.
7. Шаров К.С. Мужчины и женщины в вербальной коммуникации: проблема гендерлекта // Вопросы философии. 2012. № 7. С. 38–52.

8. Корнилов О.А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов. Казань: КДУ, 2011. 348 с.
9. <http://realistki.livejournal.com/> (дата обращения 4.04.2013).
10. <http://feminist-kids.livejournal.com> (дата обращения 14.04.2013)
11. Саралиева З.Х. Социальные роли современных российских мужчин / З.Х. Саралиева, С.С. Балабанов, Л.М. Кузьмина // Женщина в российском обществе. Российский научный журнал. 2011. № 03 (60).
12. Кон И.С. Мужчина в меняющемся мире. М.: Время, 2009.

**CONSTRUCTIVIST DISCOURSE STUDY OF REPRESENTATION FEMALE
AND MALE SUBJECTIVITIES IN INTERNET BLOGS**

A.M. Glazyrina, T.L. Mikhailova

The article describes the features of representations of masculinity and femininity in Internet blogs. Constructivist discourse research allows tracking methods for the construction in a historical context.

Keywords: gender, constructivist discourse, masculinity, femininity, online discourse, community of practice, online communication, gender identity.