

Механизмы формирования идентичности в социальных движениях: на материале русскоязычного Интернета

Наталья С. Галушина

*Российский государственный гуманитарный университет,
Москва, Россия, galushiny@yandex.ru*

Аннотация. Статья посвящена теме идентичности как неотъемлемой части проблематики «новых» социальных движений. Идентичность понимается в ее «слабой» версии – как формирующаяся в результате произвольного выбора символической системы (ценностей, убеждений, верований), разделяемых индивидом с группой. Участие в новых социальных движениях, таким образом, позволяет индивиду представлять себя как носителя этих ценностей и смыслов, не только отстаивая свои интересы, но и создавая образ своего «Я». Интерактивность новых медиа позволяет участникам движения интерпретировать, перерабатывать, присваивать культурные значения, связанные с движением, выстраивая на их основе новые социальные практики. Среди символических параметров движения можно назвать идеологию, образ группы (кто «мы»), степень агрессивности движения, степень вовлеченности и мотивацию участников. Среди источников – вербальные (манифесты, высказывания лидеров и рядовых участников) и визуальные (символика движения, фото- и видеоматериалы, демотиваторы, мемы, эмодзи и т. д.). При анализе в фокус внимания попадают заявленные цели, ценности, принципы действия; риторические характеристики текстов и эстетические – визуальных материалов; соотношение рациональных, эмоциональных, моральных категорий в дискуссиях.

В статье на примере двух движений выявляются механизмы представления и освоения связанных с социальным движением значений (идеологии и образа «мы»). Делаются выводы о связи между типологическими характеристиками движения и способами его репрезентации, о гомологии вербальных и визуальных средств, о значимости не только содержания, но и образа движения для самоидентификации его участников.

Ключевые слова: Новые социальные движения, идентичность, социальное взаимодействие, символическая система, идеология, образ «мы»

Для цитирования: Галушина Н.С. Механизмы формирования идентичности в социальных движениях: на материале русскоязычного Интернета // Вестник РГГУ. Серия «История. Филология. Культурология. Востоковедение». 2018. № 8 (41). С. 134–154. DOI: 10.28995/2073-6355-2018-8-134-154

Mechanisms of identity formation in social movements. By the material of Russian-speaking Internet

Natal'ya S. Galushina

*Russian State University for the Humanities,
Moscow, Russia; galushiny@yandex.ru*

Abstract. The article is devoted to the topic of identity as an integral part of a perspective of a “new” social movements problematics. Identity is understood in its “weak” version – as created by a voluntary chosen symbolic system of values, convictions, beliefs – shared by an individual with the group. Thus, the participation in new social movements, thus, allows the individual to represent himself as a supporter of these values and meanings, not only defending his interests, but also creating an image of his “Self”. The interactivity of the new media allows the participants of the movement to interpret, process and appropriate cultural values associated with the movement and build on their basis new social practices. Among the symbolic parameters of the movement one can name an ideology, an image of the group (who “we” are), the degree of aggressiveness of the movement, the degree of commitment and motivation of participants. Among the sources – verbal (manifestos, statements of leaders and rank and file members) and visual (symbols of the movement, photos and videos, demotivators, memes, gifs, etc.). The analysis focuses on the stated goals, values, principles of action; rhetorical characteristics of texts and aesthetic – of visual materials; the proportion of rational, emotional, moral categories in the discussions.

The article through example of two movements reveals mechanisms of the representation and appropriation of meanings (ideology and image of “us”) associated with social movement. Conclusions are drawn about the relationship between the typological characteristics of the movement and the ways of its representation, the homology of verbal and visual means, the importance of not only the content but also the image of movement for the self-identification of its participants.

Keywords: new social movements, identity, social interaction, symbolic system, ideology, image of “us”

For citation: Galushina NS. Mechanisms of identity formation in social movements. By the material of Russian-speaking Internet. *RSUH/ RGGU Bulletin. “History. Philology. Cultural Studies. Oriental Studies” Series.* 2018;8:134-54. DOI: 10.28995/2073-6355-2018-8-134-154

Введение

Внимание к изучению социальных (общественных) движений в современных общественных науках является оправданным и в теоретической, и в практической плоскости. Общественные движения и организации закономерно воспринимаются сегодня как реализация идеи «гражданского общества», способ высказывания и отстаивания как конкретных интересов, так и «проекта будущего», поле взаимодействия мнений и позиций разных групп: неслучайно в ответ на многие движения появляются контрдвижения.

Не углубляясь в историографию вопроса¹, следует отметить некоторые вехи в изучении социальных движений. Первоначальный подход к «низовой» активности делал акцент на критике коллективного поведения с точки зрения психологии масс. Основная идея состоит в том, что поведение толпы, с одной стороны, реактивно – то есть вызывается к жизни тем или иным инцидентом, нарушением социального порядка, а с другой стороны – иррационально, так как в толпе действуют факторы заражения, переноса (логика метафоры вполне прозрачна). Теория коллективного поведения тесно связана с механистическим представлением об обществе: общество является целостной функциональной системой; при сбое в ее функционировании происходит реакция со стороны людей в форме коллективных действий. Устранение «неполадки» приводит к спаду социальной активности².

На смену статическому пониманию социума постепенно приходит динамическая модель. Теории конфликта, например, базируются на предположении о неизбежности социальных противоречий, основанных на неравенстве. Социальные движения понимаются

¹ Подробнее об этом см. [1; 2].

² Этот подход восходит к социологии Э. Дюркгейма и реализуется в трудах Р. Парка [3] и Г. Блумера [4], а также Т. Парсонса [5] и Н. Смелзера [6].

тут уже не как коллективное *поведение*, а как коллективное *действие* – то есть как нечто рациональное, связанное с осознанием и отстаиванием собственных интересов³. Этот тип активности можно назвать вслед за А. Туреном борьбой [8 с. 82–96]. Ярким примером является классовая борьба или феминизм первой волны. Борьба является важной частью современных социальных движений, в особенности когда речь идет о достижении конкретных целей, перемещаясь, например, в городскую среду [9]. И тем не менее основной сдвиг в изучении социальных движений связан с выделением такой категории, как новые социальные движения⁴. А. Турен именно их считает собственно социальными движениями. Главной их особенностью является «культурное измерение»: в них не только (и не столько) решаются конкретные проблемы и отстаиваются интересы представителей группы, сколько видоизменяются ценности и мировоззрение, происходит то, что Турен называет «борьбой за историчность»⁵. Ярким примером является феминизм второй волны, пересматривающий и критикующий сами гендерные основания общества. Также чрезвычайно важно отметить, что современные социальные движения анализируются в контексте представления о «текущем» характере общества (З. Бауман), о мобильности как важнейшей его характеристике (Дж. Урри). Общество представляется не как вещь, а как процесс, и именно социальные движения являются главными агентами этого процесса. И здесь ключевую роль играет понятие идентичности.

I

В целом можно считать вопрос идентичности центральным в обсуждении социальных движений [11; 12; 13; 14], несмотря на то что существует определенная «усталость» от использования данного термина. Р. Брубейкер в своей книге, посвященной анализу этнич-

³ Этот подход представлен в первую очередь теорией мобилизации ресурсов – например в работах Ч. Тилли [7].

⁴ К основным исследователям в рамках этой парадигмы относят А. Турена, А. Мелуччи, М. Кастельса, Ю. Хабермаса (см. [10]).

⁵ «Общественное движение – это одновременно культурно ориентированное и социально конфликтное действие некоего общественного класса, который определяется позицией господства или зависимости в процессе присвоения историчности, то есть тех культурных моделей инвестиции, знания и морали, к которым он сам ориентирован» [8 с. 89].

ности [15], придает огромное значение категории «идентичность» в социальных науках, ее «сильной» и «слабой» интерпретациям, способам применения. Он подчеркивает внутреннюю противоречивость использования данной категории, когда исследователи, с одной стороны, делают акцент на тождестве (тождестве личностей или тождестве во времени), а с другой – отвергают основополагающее или стабильное тождество, подчеркивая нестабильность, текучесть и ситуативность идентичности [15 с. 61–126].

В литературе о социальных движениях идентичность обычно трактуется как объективное или субъективное (пережитое, прочувствованное) тождество. В особенности, на наш взгляд, такая интерпретация релевантна взгляду на социальные движения как «борьбу» – отстаивание коллективного интереса. Также немаловажным является понимание идентичности как продукта социального или политического действия. В этом аспекте «идентичность» «...призвана пролить свет на *процессивное, интерактивное* развитие того типа коллективного самопонимания, солидарности или “групповости”, который делает возможным коллективное действие» [15 с. 77]. Последнее в наибольшей степени соответствует типу Новых социальных движений. «Классическая» картина социальных движений исходит из представлений о той или иной группе (например, «рабочий класс») как об объективной целостности, которой свойственны определенные параметры, интересы и цели. Движение (рабочее движение соответственно) – производное от классового самосознания. Строго говоря, там, где имеет место жесткая связь между индивидом и группой – интересами индивида и группы – идентичность не является «проблемой». Именно поэтому в классовой парадигме не возникает понятие «идентичность», но актуальны понятия «сознание» и «самосознание», подразумевающие объективность осознаваемой общности. Современная парадигма изучения социальных движений иная. В них отсутствует жесткая классификация групп; напротив, идентичность человека предстает как многоуровневая, подвижная, ситуативная. То, что Р. Брубейкер называет слабой версией идентичности, является как раз чрезвычайно актуальным феноменом в контексте «текучей» социальности: «Как только разрушается сообщество, придумывают идентичность», – пишет З. Бауман [16 с. 184].

Идентичность в данном случае не является заранее заданной человеку его положением в социальном пространстве. Разумеется, социальные характеристики человека, его габитус (по П. Бурдьё) определяют социальное поведение людей. Однако появление Новых социальных движений ставит перед нами ряд вопросов:

для чего человек вступает в ряды этих движений? Почему многие движения этого типа носят не инструментальный, а экспрессивный характер – т. е. не стремятся к достижению политических возможностей реализации своих целей, а, скорее, просто *заявляют* о себе? Какого типа связи возникают в этих движениях, члены которых не объединены этническими, национальными, классовыми или гендерными рамками?

Можно предположить, что в новых социальных движениях человек в первую очередь формирует новый образ себя, ориентируясь не столько на объективные параметры (например, экономическая или правовая дискриминация), сколько на субъективное представление о «должном», «лучшем» или «правильном», т. е. такого рода движения носят преимущественно культурный характер, выстраиваясь вокруг ценностей, значений и символов, а формируемая таким образом идентичность является (социо)культурной. Значение общественных движений в ее формировании сложно переоценить, если считать сущностью социальной жизни даже не социальное действие, а социальное взаимодействие, внутри которого люди формируют собственное представление о себе как социальном существе (эта парадигма связана с трудами Дж.Г. Мида, Э. Гофмана, П. Бергера и Т. Лукмана). Социальные движения позволяют людям видеть и таким образом создавать символические и ценностные системы, которые являются не психологической, а социальной реальностью – то есть носят надындивидуальный характер. Иначе говоря, идентичность порождается социальным взаимодействием, в том числе – общественными движениями.

Принадлежность к чему-то большему, чем сам индивид, является психологической и социальной основой идентичности. Принадлежность к любому движению позволяет выразить образ «Я»; принадлежность к Новым социальным движениям позволяет его сформировать (поскольку идентичность выстраивается вокруг произвольно выбранной ценностно-смысловой основы).

II

Еще одна особенность современных социальных движений – постоянно возрастающее влияние социальных сетей на их формирование и развитие. Уже в 2002 году Говард Рейнгольд обратил внимание на феномен «виртуального сообщества» и «умной толпы», чьи действия скоординированы благодаря телефонам и в особенности смартфонам [17]. Исключительно важным замечанием

этого исследователя является утверждение, что технологически опосредованная коммуникация множества людей способна создавать новую реальность, несводимую к совокупности реакций индивидов. Это не только версия идеи «коллективного разума», но и еще одна социологически значимая интерпретация тезиса Маклюэна «The medium is the message». В этом контексте можно вспомнить и понятие М. Кастельса «реальная виртуальность»⁶ и в особенности его книгу «Сети возмущения и надежды» [19], специально посвященную социальным движениям. По его мнению, Интернет является пространством автономии (в первую очередь от политических структур, дискредитировавших принцип демократии), в котором происходит обмен информацией и могут разделяться индивидами чувства возмущения и надежды. Движения, базирующиеся на социальных сетях, не нуждаются в лидерах или, во всяком случае, могут выбирать, следовать им за тем или иным лидером или нет. Основа таких движений – горизонтальные связи и солидарность, идущая «снизу» [19 с. 218–244]. В этом ключе сайты и сообщества в сети не являются исключительно «прикладным» феноменом, иллюстрацией к некоему «реальному» движению, но обладают собственной самоценностью и собственной логикой. Соединяя в себе различные средства коммуникации – как вербальные, так и визуальные, обладая характеристикой интерактивности, современные («новые») медиа представляют собой мощный инструмент воздействия на человека как с точки зрения осмысления идей и программ, так и с позиций ощущения идентичности, солидарности и приверженности [13] – антропологического аспекта, включающего индивидуальное освоение, переработку культурных значений и выстраивание на их основе новых культурных практик.

Источники, на которые исследователь может опираться при изучении медийных (сетевых) репрезентаций социальных движений, в основном представлены двумя группами – вербальные и визуальные. Во многих случаях вербальное и визуальное дополняют друг друга, являясь частью общего дискурса (см. табл.).

⁶ «Это – система, в которой сама реальность (т. е. материальное/символическое существование людей) полностью схвачена, полностью погружена в виртуальные образы, в выдуманный мир, мир, в котором внешние отображения находятся не просто на экране, через который передается опыт, но сами становятся опытом. Все сообщения всех видов заключены в средстве, ибо средство стало настолько всеобъемлющим, настолько разнообразным, настолько послушным, что абсорбирует в одном и том же мультимедиа-тексте целостность человеческого опыта» [18 с. 351–352].

Таблица

<i>Символические параметры движения</i>	<i>Вербальные источники</i>	<i>Визуальные источники</i>
Идеология	Заявленные цели, ценности, принципы действия – содержатся в программных документах движения (манифест, раздел сайта «О нас», интервью лидеров и т. п.)	Официальные символы движения
Образ «мы»	Программные документы, высказывания рядовых участников	Фотографии участников и акций, визуальные образы оформления сайта/страницы
Степень агрессивности	Риторические характеристики – позитивная и негативная лексика, эмоционально окрашенные конструкции и т. п. Содержатся как в программных документах, так и в высказываниях рядовых участников на форумах, в публикациях в соцсетях и т. д.	Цветовая гамма, доминирующий характер образов визуальных материалов сайта/страницы; фотографии участников акций
Степень вовлеченности участников	Характер обсуждения в соцсетях и на форумах, привлекаемые извне материалы	«Демотиваторы», мемы; лайки, репосты, эмодзи – количество и активность использования
Мотивация участников	Апелляция к рациональным или моральным категориям	Информационный или «настроенческий» характер иллюстративных материалов

Далее мы рассмотрим некоторые из этих параметров – а именно идеологию и образ «мы» – на ряде конкретных примеров.

III

В русскоязычном Интернете представлено огромное количество социальных движений самой разной направленности и еще больше сообществ, групп и организаций, являющихся частью этих движений, их своего рода элементарными единицами. В связи с этим особенно остро стоит проблема выработки критериев отбора тех или иных движений для анализа.

Работая с многочисленными сайтами движений, группами в социальных сетях и иными источниками, можно сделать вывод о том, что способы самопрезентации и механизмы идентификации коррелируют с принадлежностью движения к тому или иному типу. В то же время типология общественных движений сама по себе является значительной исследовательской проблемой. П. Штомпка, обобщая существующие типологии социальных движений, выделяет не менее семи критериев, по которым эта типология может осуществляться. В литературе движения делят: 1) по *масштабу предполагаемых изменений* (реформистские, радикальные, революционные); 2) по *качеству изменений – прогрессивные* (ориентированные на будущее) и *консервативные*, или ретроактивные (стремящиеся к восстановлению утраченных социальных параметров); 3) по *целям изменений – изменение структур* (социополитических или социокультурных) и *изменение личности*; 4) по «*вектору*» – *позитивному* (предлагаются нововведения) или *отрицательному* (препятствование изменениям); 5) по *логике действия – инструментальной* (ориентированной на политический контроль) или *экспрессивной* (заявление новой идеологии); 6) по историческому основанию – «старые» и «новые» движения; 7) по внутренним отношениям в поле социальных движений – движения и *контрдвижения*. Несколько особняком стоит типология Н. Смелзера, делящего движения на ориентированные на нормы и ориентированные на ценности, которая частично накладывается на типологию по масштабу, но имеет свою специфику [20 с. 345–349]. Развернутая и непротиворечивая картина способов самопрезентации возможна при условии анализа всех возможных типов движений, что представляет собой работу серьезного масштаба, выходящую за рамки одной статьи.

Предлагаемые ниже кейсы, несмотря на предельное различие тематики движений (движение «За права мужчин» и экологическое движение «ЭКА»), имеют важное общее основание. Они относятся к новым социальным движениям, т. е., как обсуждалось выше, выдвигают требования *культурного* порядка, несводимые к экономическим/классовым интересам, ставят не только и не столько

конкретные требования и задачи, но выдвигают проект изменения общества в целом (по крайней мере, в определенном аспекте). Таким образом, речь идет об изменении *структур*, однако изменение личности в обоих движениях заявляется как условие такого сдвига. Оба движения носят *экспрессивный*, а не инструментальный характер, несмотря на заявленную тему «защиты прав» в движении «За права мужчин».

В то же время между данными движениями существует ряд различий, которые во многом определяют разницу в логике формирования идентичности их участников. Движение «ЭКА», как многие (но не все) экологические движения, является прогрессивным, то есть ориентированным на будущее, и позитивным по вектору (предлагается новый стереотип поведения и конкретные формы взаимодействия с бизнесом). Движение «За права мужчин» является консервативным (ориентированным на патриархальный гендерный порядок) и отрицательным по вектору (идея отказа от поддержания существующего порядка – например, призыв не вступать в официальный брак). Помимо этого, «За права мужчин» – это контрдвижение, для которого самоопределение связано с противопоставлением другому движению, что не может не сказаться на своеобразии механизмов самоидентификации. Таким образом, исходя из типологии выбранных движений, можно считать их вполне сопоставимыми и в то же время нетождественными, демонстрирующими любопытные различия.

Рассмотрим такие механизмы формирования идентичности в данных движениях, как разделяемая идеология и представление о «нас» как группе.

Идеология

Социальные движения имеют целью изменения в обществе или препятствование нежелательным изменениям. Это, в свою очередь, связано с видением (проектом) будущего, который разделяется участниками движения. Крайне важно, таким образом, для идентичности движения как такового и идентичности его участников сформулировать внятную идеологию, содержащую более или менее детальное описание проекта будущего. Можно предположить, что для идентичности как личной, так и коллективной именно заявленная идеология окажется основой, стержнем. Для новых социальных движений это особенно важный вопрос, так как идеология в них связана не с очевидными классовыми интересами, а с более

или менее произвольно избираемой ценностной системой. Далеко не каждое движение обладает собственным манифестом. Иногда элементы, свойственные манифесту, содержатся в Программе движения или, если речь идет о сайте движения, в разделе «О нас». Высказывания, раскрывающие идеологию движения, могут содержаться в интервью, статьях его организаторов, в комментариях активистов и т. п.

Так, основные идеологические постулаты движения «За права мужчин»⁷ сформулированы на домашней странице сайта движения. Данное движение можно охарактеризовать как консервативное или ретроактивное, и основные идеи связаны с попыткой воспрепятствовать «феминизации» общества и вернуть «патриархальный» гендерный порядок. По сути, его можно считать «контрдвижением» по отношению к феминизму: неслучайно один из основных разделов сайта посвящен его критике, а один из дружественных ресурсов носит название «Маскулист».

Дискурс движения претендует на нейтральность, чему способствует постановка в первую очередь правовых вопросов. Однако нетрудно заметить полярность основных его элементов. На позитивном полюсе находятся: «сильный мужчина – крепкая семья – могучая держава» (девиз движения). Крепкая семья трактуется как «проверенная тысячелетиями патриархальная семейная модель». На негативном полюсе находятся: феминизм как «опасная и вредоносная идеология полового расизма»; «гендерное равенство» определяется как «так называемое», как «лжепринцип», также «опасный и вредоносный»; «гендерные квоты»; «огульное очернение мужчин»; программы, «растлевающие и развращающие молодежь». Проблемы, на которые отвечает движение – «демографическая катастрофа, крах семьи, бесчисленные несчастья миллионов людей в личной жизни». Причиной является «матриархальный перекосяк», заключающийся в «ущемлении» прав мужчин и «подавлении всего мужского». Именно через этот набор эмоционально нагруженных представлений формируется позиция человека как сторонника движения.

Идеология движения представлена на разных уровнях, рассмотрим которые в полном объеме – задача самостоятельного исследования. Такими уровнями могут считаться официальная программа или манифест движения (наибольшая отрефлексированность и осознанность, четко сформулированные позиции); разделяемое мировоззрение, представленное в статьях, публицистике,

⁷ Здесь и далее материалы сайта [21].

высказываниях лидеров движения или лидеров общественного мнения; наконец – «низовая» идеология, кристаллизующаяся в комментариях, обсуждениях на форумах, вопросах и ответах. Так, посетитель сайта «Маскулист»⁸, поддерживающего идеологию движения «За права мужчин», но не представляющего его официально, знакомится с идеологией мужского движения в широком смысле. Донесение этой идеологии позиционируется как просвещение, активно используется образ «матрицы» и выбора «красной или синей таблетки» ради познания реальности (или отказа от него). Раздел «новичкам» предлагается одним из пользователей подать именно в стилистике фильма «Матрица»: «Кнопку эту стилизовать под красную таблетку в протянутой руке как в известном фильме, что бы новичок сразу понял куда попал, и обратной дороги не будет». Сами пользователи охотно откликаются на «просветительский» характер проекта: «Как же я благодарен судьбе за то, что узнал про этот прекрасный сайт в молодом возрасте!», «У кого-нибудь есть машина времени? Поделитесь пожалуйста и отправьте этот материал мне на 10 лет назад дабы не совершал бы я идиотский поступок под названием – вступление в брак».

Структура раздела «Новичкам» также сразу ориентирует посетителя сайта в главных темах и идеях движения. Представлены (с комментариями) следующие рубрики:

1. Официальный брак.
2. Формат отношений с женщиной.
3. Деторождение и «семья», современная ситуация. Мужское бесправие.
4. Знакомства с женщинами (принцип «широкого бредня», практические методы и многое другое).
5. «Санчас» (как мужчине пережить разрыв: нужна моральная поддержка после разрыва? – вам сюда, указана ссылка на наш форум по данной теме).
6. Немного теории (феминизм, «маносфера» и мужское движение).

В консервативных движениях задача – воспрепятствовать переменам, а значит, идея будущего не играет принципиальной роли. В документах других движений образ желательных перемен формируется вполне сознательно. Так, в манифесте экологического движения «ЭКА»⁹ есть раздел с названием «Образы, в которых мы видим “зеленый” мир будущего»: «Полноценная и насыщенная

⁸ Здесь и далее материалы сайта [22].

⁹ Здесь и далее материалы сайта [23].

жизнь людей в гармонии с природой. Подлинное и настоящее: еда, вода, воздух, отношения между людьми. “Зеленая” экономика как экономика будущего, эко-инновации и экотехнологии. Новые пространства с доступной эко-инфраструктурой (экополисы и экопоселения). В любом месте мира человек чувствует себя как дома».

Среди всех *визуальных* материалов, связанных с общественными движениями, наибольшее отношение к идеологии имеют официальные символы.

Часто символ движения представляет собой визуализацию жеста. С одной стороны, жесты являются непосредственным проявлением нашей телесности, отсюда интуитивное, хотя и не вполне справедливое, восприятие жеста как «естественного».

Например, вскинутая рука, особенно со сжатым кулаком, демонстрирует участие, силу и коллективную мощь. Этот жест присутствует в символике движений самой разной направленности – рабочее (точнее, интернациональное коммунистическое, а затем антифашистское) движение, феминизм, движение “Black power”, радикальные «зеленые» и другие. Независимо от идеологии и имеющейся жестовой символики движения, участники вздымают кулак в знак протеста, борьбы, выражая чувство недовольства, возмущения или гнева. Поднятый кулак становится символически отрефлексированным в контексте рабочего, точнее, интернационального коммунистического движения. Мощь объединенного рабочего класса может выражаться скорее риторически, как на плакате 4-го конгресса III Интернационала, или достигает уже довольно высокой степени абстракции, становясь эмблемой Союза красных фронтовиков (Рот Фронт, 1924–1929). Именно в это время, несмотря на закрытие организации, символ приобретает одновременно два значения – рабочего единства и борьбы с фашизмом, обозначая, например, единство интербригад в Испании. В 60–70-е гг. XX в. «кулак» как символ отрывается от своих рабочих «корней» и становится эмблемой любой борьбы и любого протеста, направленного против господствующего – уже не класса, а социокультурного порядка, например гендерного.

Любопытно, что, несмотря на разнообразие социальных движений и их жестовой символики, социальные движения как элемент общественной жизни в значительной степени ассоциируются с этим жестовым знаком. Так, большинство обложек книг, посвященных изучению социальных движений, выбирают именно данный жест как наиболее релевантный для иллюстрации темы.

Между тем есть и более «мирные» варианты жестов, означающие защиту или покровительство. Например, ладони, внутри кото-

рых помещается объект покровительства: эмбрион в движении «За жизнь», животное (чаще всего кошка и собака) в зоозащитных движениях, земной шар, росток растения или природный объект (например, силуэт озера Байкал в сочетании с изображением нерпы). Эмблема движения «За права мужчин» также использует кулак в качестве базового символа. «В центре эмблемы – земной шар. Он символизирует то, что проблемы, которыми занимается Движение, всеобщие, затрагивающие все Человечество. Шар обрамлен знаком Марса – символом мужского начала. Шестеренка в нижней части символизирует труд и созидательную деятельность мужчин. Солнце вверху – благоденствие и светлое духовное начало. Змея, которую душит мужская рука, олицетворяет феминизм как всемирное зло, разрушающее семью и всю патриархальную Цивилизацию», – объясняется в разделе «ответы на частые вопросы».

Данное движение использует широкий спектр визуального представительства своей идеологии. В разделе «Медиа» есть страница с фотографиями и плакатами. Плакаты и демотиваторы, представленные здесь, распределены по темам/рубрикам, наиболее острым с точки зрения сторонников движения: кроме «заглавных» плакатов рубрики «Мужское движение», присутствуют рубрики «Современный брак – разновидность *матриархального сожительства*», «Баборабство» («бабораб» – один из ключевых терминов дискурса движения), «Феминизм», «Армия – исключительно мужское *работство?*», «Насилие в семье» (с единственной фотографией мужчины, покаленного женой, получившей лишь условный срок).

Визуальное решение сайта в целом подчинено идее «брутальности»: это черный фон с белым текстом и монохромной эмблемой (на других интернет-ресурсах эмблема представлена в цвете), некоторые заголовки выделены красно-оранжевым цветом. Идея брутальности и даже агрессии, таким образом, выражена не только вербально, но и едва ли не в большей степени визуально.

Напротив, визуальный ряд движения «ЭКА» соответствует некоторой эйфоричности настроения манифеста и самого движения. Фоновыми изображениями сайта и страниц в соцсетях являются высококачественные фотографии лесов – летом или осенью. Стоит отметить, что это одно из распространенных визуальных решений для движений экологической направленности. Несложно заметить, что такого рода организации берут в качестве эмблемы красивые виды природы или симпатичных животных (Панда – беспроектная эмблема WWF – Фонда дикой природы). Изображения животных на страницах WWF в соцсетях эстетически привлекательны, если не сказать «гламурны»; животные, даже если это

хищники, показаны скорее величественными, чем угрожающими (часто это тигры, пантеры). Многочисленные фотографии акций также наполнены зеленым цветом – одежда активистов, зеленые банданы участников акций, молодые растения в руках у детей. Улыбающиеся взрослые и особенно многочисленные улыбающиеся дети создают общее «позитивное» настроение. Важный образ – дети, собирающиеся посадить или уже посадившие саженец елочки (елочка – официальный символ движения), саженцы на фотографиях находятся в ладонях или – жестом «предъявления» – между ладонями детей.

Образ «мы»

С одной стороны, в ряды движения вступают люди, которые уже имеют собственные представления о проблеме, вокруг которой сформировано или формируется движение. С другой стороны, существование сайта, группы в социальных сетях подразумевает возможность «подогнать» свой взгляд на проблему под предлагаемый организаторами, администраторами и модераторами сайта/сообщества. Присоединяясь к движению, человек выбирает, какую идеологическую конструкцию он готов разделить, и одновременно становится ее носителем. Это не обязательно означает отказ от рефлексии, однако некоторые движения весьма ревностно оберегают «чистоту рядов», исключая из сообщества критикующих или сомневающихся. Задача программных документов движения состоит в том, чтобы выбор в пользу движения не оставлял сомнений. В отличие от субкультур, предполагающих относительную закрытость, смысл социальных движений – в экспансии, привлечении сторонников для продвижения желательных изменений или успешного препятствования нежелательным. Следовательно, манифест должен быть привлекательным для широких слоев интересующихся, затрагивать их эмоциональную сферу, апеллировать к общим ценностям или же к ценностям целевой аудитории.

Движение «За права мужчин», как уже отмечалось, использует образ «просвещенного», если не сказать «просветленного», человека, осознавшего реальную картину окружающего несправедливого гендерного устройства. На сайте говорится: «Мужское движение “За права мужчин” – это объединение людей, которые *поняли*, что причиной демографической катастрофы, краха семьи, бесчисленных несчастий миллионов людей в личной жизни является глобальный матриархальный перекокс в обществе...». На сайте

«Маскулист» герой сайта представлен как «мужчина, *адекватно воспринимающий* понятия “мужественность” и “собственное достоинство”, *осознающий* свои *истинные* цели, интересы и назначение, среди которых защита как собственной жизни, чести, достоинства, имущества, прав, так и прав всех мужчин в целом».

Также отрицается «женоненавистничество» и «оголтелое антибабство» как черты движения. В то же время для самоидентификации в рамках движения характер отношений с женщиной является определяющим. В дискурсе движения крайне важна негативная идентичность, выстраиваемая «от противного» по отношению к другим категориям мужчин: «Алень» и «бабораб». «Алень» определяется как «терпила в отношениях с бабами», он существует в «ложной системе координат», потому что его воспитали «слепым и в иллюзорном представлении о мире», «аленизм» воспитывается, имеет стадии развития и «в чем-то похож на алкоголизм». Сходное понятие – «бабораб»: «безвольный, лишенный чувства собственного достоинства мужчина (благодаря всему: воспитанию, комплексу вмененной общему мужской вины, прессингу общественного мнения [мужчина должен]) без самостоятельного мышления, все аспекты жизни которого полностью подчинены женщине и который искренне считает, что это единственно возможное состояние существования мужчины».

Таким образом, идентичность индивида, знакомящегося с движением или вступающего в него, формируется в координатах иллюзия/реальность, безволие/воля, подчиненность/самостоятельность, слепота/прозрение, бесправие/право, скотское состояние/человеческое достоинство и т. д. Человек, выбирающий среди этих оппозиций положительный полюс, принужден выбирать идеологию «маскулиста»: имея иные представления о семье, взаимоотношениях с женщиной, своих правах и обязанностях, он автоматически выталкивается из круга просвещенных «нас» и получает клеймо «аленя» или «бабораба». Стратегия выстраивания идентичности тут связана не столько с формированием четкого образа «мы», сколько с формированием крайне непривлекательно «Другого», желание идентифицироваться с которым не должно возникнуть.

Для движения «ЭКА» позитивный образ «мы» является ключевым. Несмотря на наличие центральной идеи – построение «зеленого» будущего, образ участника движения в некотором смысле выходит на первый план.

Манифест начинается словами «Что такое ЭКА? Эка – это, прежде всего, люди». На создание образа человека – участника

движения работают многочисленные лексемы. Это люди активные, мыслящие, ответственные, экспериментирующие, выходящие «из старых шаблонов и уныния», смелые, с «нестандартными подходами», расправляющие плечи и привносящие радость и веру в мир, вдохновляющие. Акцентируется идея общности, сплоченности: сообщество (4 раза), объединяются, вместе (2 раза), единомышленники, рядом, сотрудничаем (3 раза), чувствуем единство, разделяем (миссию), вдохновляем, присоединиться, самоорганизация. Активно продвигается идея действия (действовать, разрабатывать, воплощать, развивать, вдохновлять, создавать почву, сотрудничать, высказываться, сделать).

Итак, образ участника движения ЭКА – активный, мыслящий, креативный человек, готовый к сотрудничеству и деятельности; он не поддается унынию и «свирепой серьезности», он ответственный и способный к самоорганизации. Это человек, заботящийся о будущем, при этом он относится к нему не как «прожектор» (сам по себе образ «зеленого мира будущего» в высокой степени утопичен), а как практик: начинает с себя, с малых дел и непосредственного окружения, переходя к взаимодействию с предприятиями и организациями. Образ будущего выступает здесь как некоторая долгосрочная цель. Похожим образом организована идеология белорусского движения за отдельную переработку отходов «Цель – 99»: в названии (речь идет о 99%) заранее признается утопичность идеи стопроцентной переработки мусора, но стремление к идеалу сохраняется: «Почему 99, а не 100? Да потому что конечная цифра – она не так важна. Мы не строим иллюзий по поводу ее реальности. Мы просто хотим, чтобы 99 стали символом движения к цели, ведь в нашем деле главное – стремление к ней!».

Манифесту «ЭКА» предпослан эпиграф, автор которого указан как «Лестер Браун, ученый». Апелляция к мнению ученого (пусть даже без уточнения научной области, к которой он принадлежит) репрезентирует рациональный характер самой идеи и разделяющих ее людей. Однако образ участника движения не лишен и некоторого героизма. Как следует из эпиграфа, «Спасение цивилизации – это не для наблюдателей, мы все должны участвовать. Это не тот выбор, который можно оставить следующему поколению». Таким образом, конечная цель – не менее чем «спасение цивилизации».

Заключение

Подводя итог, можно утверждать, что интернет-ресурсы, представляющие общественные движения, обладают существенным потенциалом формирования социально-культурной идентичности, что особенно важно, если речь идет о Новых социальных движениях. Наряду с традиционными агитационными приемами – лозунгами, манифестами, официальной символикой – в силу своей интерактивной природы они позволяют пользователям осваивать предложенный идеологический инструментарий в дискуссиях, визуализировать с помощью мемов, распространять через группы в соцсетях, творчески используя и дополняя тезисы «официальной» идеологии. Визуальная природа современных медиа позволяет воздействовать на эмоции людей с помощью средств, не имеющих прямого отношения к идеям и действиям (цветовая гамма, фоновые изображения, типичные изобразительные сюжеты). В то же время существует гомология вербальных и визуальных средств, позволяющая объединить их в единый дискурс, представляющий культурную сущность движения. Идентичность участника связана с принятием не только содержания идей, но и способа их представления и «оформления». Приверженность мужскому движению предполагает маскулинность и брутальность, выражающуюся как в визуальных приемах – цветовых и сюжетных, например, так и в используемой лексике, особом речевом стиле, самих способах утверждения своего «Я» (за счет диффамации «противника»). Идентичность участника экологических движений связана с ярко выраженным и утопичным образом будущего и требует признания ряда «позитивных» качеств – активности, ответственности, креативности, а также позитивного мировосприятия и солидарности. Новые социальные движения нуждаются не просто в артикуляции объективных интересов реально существующей группы, что характерно для различных видов борьбы – например, для городских движений. Они активно создают новые интересы, пользуясь в том числе возможностями современных медиа, не только проговаривая идеи, но и формируя образы для самоидентификации.

Представленная статья, разумеется, не является исчерпывающим анализом механизмов выстраивания идентичности в рамках социальных движений. Объем статьи не позволил включить увлекательный материал, связанный с сетевым фольклором (мемы, демотиваторы, анекдоты), и исследование репрезентаций акций различных движений. Тем не менее в ней представлен ряд наблюдений автора и намечены направления возможной аналитической работы в поле изучения социальных движений.

Литература

1. *Buechler S.* The Strange Career of Strain and Breakdown Theories // The Blackwell Companion to Social Movements / Ed. by D.A. Snow, S.A. Soule, H. Kriesi. Blackwell Publishing Ltd, 2007. P. 47–66.
2. *Здравомыслова Е.А.* Парадигмы западной социологии общественных движений. СПб.: Наука, 1993. 172 с.
3. *Park R.* The Crowd and the Public, and Other Essays. Chicago: Univ. of Chicago Press, 1972. 146 p.
4. *Blumer H.* The field of Collective Behaviour // Principles of Sociology / Ed. by A.M. Lee. New York: Barnes and Noble, 1951. P. 167–222.
5. *Парсонс Т.* Система современных обществ. М.: Аспект Пресс, 1997. 270 с.
6. *Смелзер Н.* Социология. М.: Феникс, 1994. 688 с.
7. *Tilly C.* From Mobilization to Revolution. Reading MA: Addison-Wesley, 1978. 349 p.
8. *Турен А.* Возвращение человека действующего: Очерк социологии. М.: Научный мир, 1998. 204 с.
9. Городские движения России в 2009–2012 годах: на пути к политическому. М.: Новое литературное обозрение, 2013. 544 с.
10. *Buechler S.* New Social Movement Theories // The Sociological Quarterly. 1995. Vol. 36. № 3. P. 441–464.
11. *Melucci A.* The process of collective identity // Social movements and culture / Ed. by H. Johnston, B. Klandermans. Univ. of Minnesota Press, 2004. P. 41–63.
12. *Poletta F., Jasper J.* Collective identity and social movements // Annual Review of Sociology. 2001. Vol. 27. P. 283–305.
13. *Hunt S.A., Benford R.D.* Collective Identity, Solidarity, and Commitment // The Blackwell Companion to Social Movements. Blackwell Publishing Ltd, 2007. P. 433–458.
14. *Della Porta D., Mario D.* Social movements: an introduction. 2nd ed. Blackwell Publishing Ltd, 2006. 356 p.
15. *Брубейкер Р.* Этничность без групп. М.: Издат. дом Высшей школы экономики, 2012. 408 с.
16. *Бауман З.* Текучая современность. СПб.: Питер, 2008. 240 с.
17. *Рейнгольд Г.* Умная толпа: новая социальная революция. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2006. 416 с.
18. *Кастельс М.* Информационное общество: экономика, общество и культура. М.: ГУ ВШЭ, 2000. 608 с.
19. *Castells M.* Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age. Cambridge: Polity, 2012. 200 p.
20. *Штомпка П.* Социология социальных изменений. М.: Аспект Пресс, 1996. 416 с.
21. «Мужское движение “За права мужчин”» [Электронный ресурс]. URL: <http://mensrights.ru/wp/> (дата обращения 30.11.2017).

22. «Мужской сайт “Маскулист”» [Электронный ресурс]. URL: <http://masculist.ru/> (дата обращения 30.11.2017).
23. «ЭКА: Зеленое движение России» [Электронный ресурс]. URL: <http://ecamir.ru/> (дата обращения 30.11.2017).

References

1. Buechler S. The Strange Career of Strain and Breakdown Theories. V: Snow DA., Soule SA., Kriesi H., ed. *The Blackwell Companion to Social Movements*. Blackwell Publishing Ltd, 2007. p. 47-66.
2. Zdravomyslova EA. The Paradigms of Western Sociology of Social Movements. Sankt-Peterburg: Nauka Publ.; 1993. 172 p. (In Russ.)
3. Park R. The Crowd and the Public and Other Essays. Chicago: University of Chicago Press, 1972. 146 p.
4. Blumer H. The field of Collective Behaviour. V: Lee AM., ed. *Principles of Sociology*. New York: Barnes and Noble Publ.; 1951. p. 167-222.
5. Parsons T. The System of Modern Societies. Moscow: Aspekt Press Publ.; 1997. 270 p. (In Russ.)
6. Smelser N. Sociology. Moscow: Feniks Publ.; 1994. 688 p. (In Russ.)
7. Tilly C. From Mobilization to Revolution. Reading MA: Addison-Wesley Publ.; 1978. 349 p.
8. Touraine A. Return of the Actor. An Essay on Sociology. Moscow: Nauchnyi mir Publ.; 1998. 204 p. (In Russ.)
9. The Urban Movements in Russia in 2009–2012: Towards the Politics. Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie Publ.; 2013. 544 p. (In Russ.)
10. Buechler S. New Social Movement Theories. *The Sociological Quarterly*. 1995;3: 441-64.
11. Melucci A. The process of collective identity. V: Johnston H., Klandermans B., ed. *Social movements and culture*. Univ. of Minnesota Press, 2004. p. 41-63.
12. Poletta F, Jasper J. Collective identity and social movements. *Annual Review of Sociology*. 2001;27:283-305.
13. Hunt SA., Benford RD. Collective Identity, Solidarity, and Commitment. *The Blackwell Companion to Social Movements*. Blackwell Publishing Ltd, 2007. p. 433-58.
14. Della Porta D., Mario D. Social movements: an introduction. 2nd ed. Blackwell Publishing Ltd, 2006. 356 p.
15. Brubaker R. Ethnicity without groups. Moscow: Vysshaya shkola ekonomiki Publ.; 2012. 408 p. (In Russ.)
16. Bauman Z. The Liquid Modernity. Sankt-Peterburg: Piter Publ.; 2008. 240 p. (In Russ.)
17. Rheingold H. Smart Mobs: The Next Social Revolution. Moscow: FAIR-PRESS Publ.; 2006. 416 p. (In Russ.)

18. Castells M. The Information Society: Economy, Society and Culture. Moscow: GU VShE Publ.; 2000. 608 p. (In Russ.)
19. Castells M. Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age. Cambridge: Polity Publ.; 2012. 200 p.
20. Sztompka P. The Sociology of Social Change. Moscow: Aspekt Press Publ.; 1996. 416 p. (In Russ.)
21. Men's Movement "For Men's Rights" [Internet]. [data obrashcheniya 30 Nov. 2017]. URL: <http://mensrights.ru/wp/> (In Russ.)
22. Men's Site "Masculist" [Internet]. [data obrashcheniya 30 Nov. 2017]. URL: <http://masculist.ru/> (In Russ.)
23. ECA: The Green Movement of Russia [Internet]. [data obrashcheniya 30 Nov. 2017]. URL: <http://ecamir.ru/> (In Russ.)

Информация об авторе

Наталья С. Галушина, кандидат культурологии, Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия; Россия, Москва, 125993, Миусская пл., д. 6; galushiny@yandex.ru

Information about the author

Natal'ya S. Galushina, Ph.D. in Culturology, Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia; bld. 6, Miusskaya sq., Moscow, 125993, Russia; galushiny@yandex.ru