

ВЛИЯНИЕ КИТАЙСКИХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА ФОРМИРОВАНИЕ ДИСКУРСА ФЕМИНИЗМА МОЛОДОГО ПОКОЛЕНИЯ

Ma Lanь

*Аспирант, Московский государственный университет
имени М.В. Ломоносова
Elenore19@163.com*

THE INFLUENCE OF CHINESE SOCIAL NETWORKS ON THE FORMATION OF THE DISCOURSE OF FEMINISM OF THE YOUNGER GENERATION

Ma Lan

Summary. The purpose of this article is to determine the influence of Chinese social networks on the formation of the discourse of feminism of the younger generation. To this end, I present an original case study that collects empirical data from the most popular website of the Chinese Answer Community (CQA) Zhihu. Using a mixed research method consisting of content analysis (CA) and critical discourse analysis (CDA), I investigated the gender debate between Chinese Internet users. The analysis shows how such debates lead to a division of opinion between female and male Internet users, and how misogynistic men use nationalist discourse to distort the debate.

Keywords: China, social networks, feminism, messengers, content analysis.

Аннотация. Цель этой статьи — определить влияние китайских социальных сетей на формирование дискурса феминизма молодого поколения. С этой целью автор представляет оригинальное тематическое исследование, в котором собраны эмпирические данные с самого популярного веб-сайта китайского сообщества по вопросам ответов (CQA) Zhihu. Используя смешанный метод исследования, состоящий из контент-анализа (CA) и критического дискурсивного анализа (CDA), исследованы дебаты по гендерным вопросам между китайскими интернет-пользователями. Анализ показывает, как такие дебаты приводят к разделению мнений между интернет-пользователями-женщинами и мужчинами, и как мужчины-женоненавистники используют националистический дискурс, чтобы исказить дебаты.

Ключевые слова: Китай, социальные сети, феминизм, мессенджеры, контент-анализ.

Во всем мире популистский национализм переживает ренессанс. Эту политическую тенденцию также можно обнаружить в Китае, где популистский национализм формируется социально-политическим процессом, характерным для модернизации восточно-азиатской сверхдержавы. В настоящее время Интернет стал основным местом для практики популистского национализма в Китае [1, с. 145]. Это явление называется цифровым национализмом, и оно основано на распространении китайскими интернет-пользователями «своих собственных националистических нарративов, интерпретаций и голосов» на платформах социальных сетей (Zhang, 2021: 16). Международному сообществу требуется лучшее понимание китайского цифрового национализма, поскольку он потенциально может оказывать влияние на широкий спектр секторов за пределами страны. Такое влияние, в определенной степени, проявляется в твердой позиции Коммунистической партии Китая (КПК) по территориальным спорам, которая, возможно, вызвана внутренним давлением.

Существующая литература о китайском цифровом национализме сосредоточена в основном на государственной политике, стоящей за ним, и лишь несколько недавних исследований затрагивают гендерную природу

ду национализма в китайском контексте. Тем не менее, отражая западный национализм, китайский цифровой национализм преимущественно популярен среди интернет-пользователей-мужчин и находится под влиянием гендерного политического дискурса. Таким образом, мужская природа проявляется в китайском цифровом национализме, демонстрируя его потенциал влиять на гендерную политику коренных народов. Пересечение цифрового национализма и гендерной политики является крайне необходимым интеллектуальным вмешательством, поскольку оно помогает выдвинуть на первый план совместимость между популистским национализмом и патриархальными ценностями. Эта совместимость была выявлена за пределами территории Китая, и это способствовало глобальному усилению женоненавистнических настроений, что сегодня имеет серьезные последствия для прогресса в области гендерного равенства [2, с. 94]

Чтобы устранить пробел в знаниях, отмеченный выше, в этой статье рассматривается взаимодействие между цифровым национализмом и гендерной политикой в контексте дебатов по гендерным вопросам среди китайских интернет-пользователей. Используя тематическое исследование, проведенное на самом

популярном веб-сайте китайского сообщества для ответов на вопросы (CQA), Zhihu, я анализирую, могут ли дебаты по гендерным вопросам вызвать разрыв между интернет-пользователями-женщинами и мужчинами, и как на такие дебаты может повлиять маскулинная природа цифрового национализма. Таким образом, эта статья способствует лучшему пониманию нынешнего роста антифеминистских и женоненавистнических настроений по всему миру и их отражения в Китае в связи с цифровым национализмом. Результаты дискуссии позволяют глубже понять взаимосвязь между гендером, государственной политикой и популярными дискурсами в контексте коммуникативных практик пользователей Интернета.

В следующих разделах я сначала расскажу о динамике между феминизмом, бизнесом, цифровым национализмом и гендерной политикой в современном Китае. Далее следует объяснение логического обоснования тематического исследования, в котором я разъясняю, как с помощью различных методов исследования можно получить ответы на различные исследовательские вопросы. Затем я подробно анализирую тематическое исследование, сосредоточившись на том, как националистическая риторика используется в дебатах по гендерным вопросам между женщинами и мужчинами-пользователями Интернета на Zhihu. В заключение я резюмирую основные результаты исследования и обсуждаю яркое пересечение цифрового национализма и гендерной политики в китайских цифровых культурах.

Китайский национализм основан на историческом взгляде коренных народов, который подчеркивает национальное унижение, вызванное иностранными вторжениями. Сегодня Китай, несомненно, стал могущественной страной со значительным международным влиянием. Тем не менее, националистические настроения побуждают людей сохранять в своей памяти прошлые унижения. После реформы китайской экономики под руководством Дэн Сяопина эти националистические настроения использовались популистской политикой КПК. Экономический рост в пореформенную эпоху происходит за счет усиления коррупции среди чиновников, концентрации богатства и социального расслоения, которые ослабляют авторитет правительства. В то время как национальные настроения подчеркивают возрождение страны на мировой арене, национальная гордость представляет собой «важную ценность, разделяемую режимом и его внутренними критиками». На этом фоне националистическая пропаганда используется КПК в качестве объединяющей стратегии для подтверждения своей власти, и, очевидно, она хорошо воспринимается все большим числом китайцев.

Эффект националистической пропаганды КПК лучше всего иллюстрируется появлением цифрового национа-

лизма. Как отмечает Шнайдер, цифровой национализм касается выражения китайцами национальных настроений в Интернете, и он встречается почти на всех основных китайских платформах социальных сетей. Несмотря на цензуру КПК, платформы социальных сетей создают «каналы для появления и распространения более плюралистических и критических дискурсов», что создает потенциал для цифровой гражданской активности в Китае. На этом фоне цифровой национализм становится «омраченным противоречивыми силами глобализации, космополитизма и сложной истории и культуры Китая». Среди его участников не только платные комментаторы, нанятые правительством, но и самоорганизованные пользователи Интернета на низовом уровне. Таким образом, появление цифрового национализма представляет собой «палку о двух концах», которая не только усиливает поддержку КПК, но и может обернуться против нее, если и когда правительство «не сможет удовлетворить радикальные требования националистических голосов» [3, с. 91]

Существующие исследования китайского цифрового национализма в основном сосредоточены на его последствиях для государственной политики, при этом мало внимания уделяется тому, как цифровой национализм пересекается с гендерной политикой в китайском контексте. Это серьезное упущение, поскольку такое пересечение было определено как важный фактор, усиливающий женоненавистнические настроения в нынешнем глобальном политическом климате. Об этом свидетельствует ряд недавних антифеминистских движений, объединившихся с правыми группами в крупнейших западных демократиях и Латинской Америке. Чтобы устранить это упущение в существующей литературе в китайском контексте, необходимо в полной мере учесть разработку гендерной политики коренных народов в этой области.

Используя термин «пореформенная (постсоциалистическая) гендерная политика», Уоллис выдвигает на первый план историческую и социокультурную обусловленность отношений гендерной власти в китайском обществе. В Китае прогресс в области гендерного равенства начался в 1900-х годах, когда светские львицы, вернувшиеся с Запада, привнесли ранние феминистские идеи в восточноазиатскую страну. Это ускорило во время правления Мао Цзэдуна, когда социалистические женские движения считались важной частью политического манифеста КПК. Тем не менее, современные исследования указывают на то, что патриархат переживает возрождение в гендерной политике Китая из-за постреформенной реструктуризации рынка труда. С конца 1970-х годов КПК приступила к реализации ряда политических мер, которые в первую очередь основаны на маркетизации отраслей промышленности, направленных на реформирование секторов экономики Китая. Из-за путаницы между социально сконструированными

гендерными различиями и биологически детерминированными половыми различиями считается, что женщинам не хватает технических навыков, высоко ценимых на рынке труда. Утверждения о том, что освобождение женщин «опередело» производительность Китая, публично используются для аргументации против улучшения статуса женщин на рынке труда и, следовательно, более широкой рыночной экономики.

Безусловно, существуют женские организации и феминистские активистки, выступающие за улучшение социально-политического статуса женщин. Тем не менее, дистанцировавшись от революционной идентичности, КПК склонна подавлять подобные инициативы, чтобы избежать распространения критических рассуждений о гендере в китайском обществе. Такая стратегия управления частично обусловлена последствиями таких дискурсов, которые потенциально поощряют более широкую критику политики реформ КПК, которая фактически узаконивает гендерное неравенство. Избегание КПК критических рассуждений о гендере соответствует ее присвоению философии управления, глубоко укоренившейся в западном капитализме, которая перекладывает ответственность за благосостояние людей с государства на отдельных граждан. В рамках этого политического климата понимание гендера как «категории значений, которая ставит под сомнение устоявшиеся нормы гендерных и, следовательно, социальных отношений», становится маргинализированным (Эванс, 2008: 364). Эта тенденция хорошо задокументирована в популярных представлениях о женщинах, продвигаемых культурными индустриями Китая, которые демонстрируют «неприкрытую сексуальность как выражение урбанизированной, глобализированной современности». Это знаменует возрождение патриархата в китайском обществе [4, с. 22].

Однако возрожденный патриархат не всегда предоставляет мужчинам привилегии в пореформенной гендерной политике. По сравнению с мужчинами, занимающими влиятельные посты, обычные мужчины сталкиваются с кризисом маскулинности, вызванным растущим давлением быть сексуально привлекательными для женщин. Кризис маскулинности начался в ранний период реформ во время значительных увольнений работников-мужчин на государственных предприятиях, что привело к ослаблению социально-экономических позиций во внутреннем пространстве для большого числа безработных мужчин. Начиная с 1990-х годов, этот мужской кризис продемонстрировал растущее смешение/переплетение со свадебными нормами, которые требуют, чтобы мужчины несли ответственность за покупку недвижимости и брали на себя роль финансового провайдера для вступления в брак. С быстрым ростом цен на недвижимость эти свадебные нормы легли огромным экономическим бременем на китайских муж-

чин, вызвав повышенное беспокойство по поводу оценки женщинами их ценности.

Таким образом, постреформенная гендерная политика формирует у женщин и мужчин различные (неправильные) представления о гендерном неравенстве, которые основаны на их собственном различном опыте отношений между мужчинами и женщинами и властью. Неолиберальная стратегия управления КПК, которая отвлекла ее внимание от структурных, социальных проблем, поощряет формирование разделенных мнений между женщинами и мужчинами в дебатах по гендерным вопросам. В этот период голоса женоненавистников были на подъеме, о чем свидетельствует существующая литература. Подобно своим западным коллегам, такие женоненавистнические высказывания обычно представляют собой негативную реакцию на феминизм, отражающую беспокойство мужской когорты по поводу угроз их доминированию в социально-политической сфере.

Уникальным явлением, характерным для пореформенной гендерной политики, является постоянное упоминание мужчинами-женоненавистниками ключевых лидеров общественного мнения, ориентированных на женщин (KOLs), в дебатах по гендерным вопросам. Отражая рост покупательной способности женщин, меняющаяся структура пореформенного потребительского рынка привела к появлению многих культовых KOL, таких как Mimeng и Ayawawa, целевой аудиторией которых являются женщины. В целом, KOL, ориентированные на женщин, продвигают различные идеологии, основанные на характеристиках аудитории, с которой они ежедневно взаимодействуют. Тем не менее, общим для всех является то, что они позиционируют себя как «феминистки», которые говорят от имени женщин [5, с. 41].

Как и в случае с их западными аналогами, феминистские формулировки просто используются китайскими KOLs в качестве метода самобрендинга, нацеленного на последовательниц-женщин. Например, проведенный Ву анализ постов Аяавы в социальных сетях показывает, что цифровой инфлюенсер часто продвигает набор гендерных норм, связывая сексуальную активность женщин с их экономической безопасностью. Аналогичным образом, анализ Mimeng, проведенный Пенгом, выявляет тенденцию при публикации переупаковывать использование потребительской власти как форму освобождения женщин. Псевдофеминистский манифест, который в значительной степени сосредоточен вокруг построения взаимозависимых гендерных отношений, вытекает из дискурсивной стратегии этих ориентированных на женщин KOL. Этот псевдофеминистский манифест основан на традиционном представлении о балансе инь-ян между женщинами и мужчинами. Это достигается за счет того, что женщины управляют балансом между

домашним хозяйством и работой, что не меняет патриархальных социально-экономических структур Китая. Таким образом, можно утверждать, что ориентированные на женщин KOL, которые просто поощряют женщин «наслаждаться возможностями и удовольствиями женского самовыражения», являются не чем иным, как пособниками патриархального капитализма. Их существование, по-видимому, привлекает их последовательниц-женщин, которые часто сталкиваются с различными формами дискриминации по признаку пола в китайском обществе. Однако, в то же время, они не бросают фундаментального вызова патриархальному статус-кво [6, с. 143].

Можно утверждать, что существуют «аутентичные» феминистские практики, которые пропагандируются активистскими учеными-феминистками и женскими организациями и которые получили более широкое распространение благодаря недавнему движению MeToo. Однако из-за того, что они пропагандируют критические рассуждения о гендере, влияние таких феминистских практик ограничено цензурой КПК. Это привело к тому, что сегодня в китайском обществе зазвучали голоса групп, ориентированных на женщин. Учитывая феминистский лоск, которым они маскируются, ориентированные на женщин KOL стали популярными объектами критики, на которые часто ссылаются женоненавистнические голоса, чтобы расширить свои нападки на фе-

минизм и женские организации. В ходе этого процесса распространяется (неправильное) восприятие «недифференцированного» феминизма, прокладывая путь мужчинам-женоненавистникам для достижения выгодной позиции в дебатах по гендерным вопросам.

В частности, результаты СА показывают, что интернет-пользователи женского и мужского пола часто придерживаются резко отличающихся мнений, когда участвуют в дебатах по гендерным вопросам, вызванных инцидентом с тематическим исследованием. Такие различия выявляются из-за различных целей критики, содержащейся в их постах. В дебатах по гендерным вопросам разделение интернет-пользователей на женщин и мужчин неудивительно. Идущее параллельно с ростом потребительства в китайском обществе (Мэн и Хуан, 2017) возрождение патриархата не только дискриминирует женщин, но и эксплуатирует их коллег-мужчин (Лю, 2019). Ориентированные на женщин KOL, которые часто продвигают набор гендерных норм, усиливающих давление, с которым сталкиваются китайские мужчины, весьма заметны в этом процессе (Peng, 2020). Подчеркивая феминистский оттенок этих гендерных норм, многие интернет-пользователи-мужчины эффективно использовали отвращение мужской когорты к ориентированным на женщин KOL, чтобы побудить своих сверстников бойкотировать любые угрозы мужскому доминированию в китайских социально-экономических структурах.

ЛИТЕРАТУРА

1. Глебова О.Е. Интернет как способ репрезентации современного феминистского дискурса // EurasiaScience: материалы XXIII Международной научно-практической конференции. М.: Актуальность. РФ, 2019. С. 145.
2. Касперович-Рынкевич О.Н. Поколения Y и Z — ориентация на медиа // Беларуская думка. 2019. № 9. С. 94–98.
3. Красавина А.В., Золина Д.О. «TikTok-журналистика» как новый медиаформат // MEDIAОбразование: медиа как тотальная повседневность: материалы V Междунар. науч. конф. (г. Челябинск, 24–25 ноября 2020 г.) / под ред. А.А. Морозовой: Челябинский государственный университет. Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2020. Ч. 2. С. 90–95.
4. Мосенцева И.И., Данилова М.И. Феминизм в современном обществе // Эпомен. 2020. № 50. С. 21–29.
5. Морозова А.А., Соколовских А.С. Медиапотребление молодежной аудиторией контента социальных сетей: социологический портрет пользователя // Челябинский гуманитарий. 2019. № 3. С. 43–48.
6. Николаева Е.М., Котляр П.С. Четвёртая волна феминизма: манифестация цифрового действия // «Общество 5.0»: парадоксы цифрового будущего: VII Садыковские чтения: материалы международной научно-образовательной конференции (г. Казань, 15–16 ноября 2019 г.). Казань: Казанский (Приволжский) федеральный университет, 2019. С. 143.

© Ма Лань (Elenore19@163.com)

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»