

УДК 316.346.2-055.2

**ТИПОЛОГИЯ ФЕМИНИННОСТИ С ПОЗИЦИИ ГЕНДЕРНОЙ СОЦИОЛОГИИ: АСПЕКТЫ ВЛАСТИ И ПОТРЕБЛЕНИЯ****С.А. Ильиных**Новосибирский государственный университет  
экономики и управления «НИНХ»  
E-mail: ili.sa@mail.ru

В статье излагается типология фемининности, рассматриваемая с позиции гендерной социологии. Автор анализирует типы фемининности в двух аспектах: власть/подчинение и потребление. С позиции власть/подчинение в теоретическом и эмпирическом планах представлены нормативная, инверсионная, андрогинная, инфантильная, деформированная фемининность. С позиции потребления – ограничительная, естественная, престижная и имитационная. Типология представлена в авторской интерпретации.

*Ключевые слова:* нормативная фемининность, инверсионная, андрогинная, инфантильная, деформированная, ограничительная, естественная, престижная, имитационная фемининность.

**TYPOLOGY OF FEMININENESS IN TERMS OF GENDER SOCIOLOGY: ASPECTS OF POWER AND CONSUMPTION****S.A. Ilynykh**Novosibirsk State University of Economics and Management  
E-mail: ili.sa@mail.ru

The article presents the typology of feminineness in terms of gender sociology. The author analyzes types of feminineness in two aspects: power/submission and consumption. Normative, inversive, androgynous, infantile, deformed types of feminineness are presented in terms of power/consumption in theoretical and empiric layout. Restrictive, natural, prestigious and imitation types are presented in terms of consumption. The typology is presented in author's interpretation.

*Key words:* normative feminineness, inversive, androgynous, infantile, deformed, restrictive, natural, prestigious, imitation feminineness.

Женщины с точки зрения общей социологии являют собой одну из двух социально-демографических групп, представленных по полу. В этой группе имеются различия по возрасту, роду занятия и т.д. Вместе с тем различия в женской группе с позиции женственности или фемининности в рамках общей социологии не исследуются. Этими вопросами занимается гендерная социология. Именно здесь женщины как социально-демографическая группа могут быть представлены в аспекте разных типов фемининности.

Занимаясь гендерной проблематикой более десяти лет, автор хотела бы предложить собственную типологию фемининности, не претендуя на завершенность и полноту. Эта типология базируется на гендерной теории, ведущими понятиями в которой являются власть и подчинение. В рамках данной статьи мы не будем останавливаться на изложении основных идей гендерной теории, укажем лишь, что фемининность, как и все понятия гендерной теории, не является однозначной. Она множественна.

Стоит сказать также и о другом основании, которое положено нами в основу типологии. Речь идет о потреблении. Это понятие чаще всего в гендерной теории упускается из вида. Но вместе с тем оно имплицитно играет серьезную роль в жизни каждой женщины. Рассматривая потребление в русле гендерной теории, можно увидеть, что и этот процесс находится в тисках власти и подчинения. Иными словами, женское потребление несвободно от гендерных практик. Оно конструируется ими. Здесь стоит учесть два обстоятельства. Потребление, с одной стороны, это процесс конструирования идентичности с помощью товаров и услуг [1, с. 47]. Но с другой стороны, на этот процесс конструирования огромное влияние оказывает гендерная практика. Полагаясь на эти два обстоятельства, мы и предлагаем типы фемининностей.

Итак, с позиции власть/подчинение нами предлагаются такие типы фемининности, как нормативная, инверсионная, андрогинная, инфантильная, деформированная. Нормативная и инверсионная представляют собой, условно говоря, два полюса. Остальные типы располагаются между этими полюсами. Укажем сразу, что «плотность» представленных нами типов весьма и весьма незначительна. Иными словами, еще остаются скрытые ресурсы для исследования иных типов фемининности между указанными полюсами.

*Нормативная фемининность* соответствует женскому хабитусу с ориентацией на традиционно закрепившиеся в общественном сознании женские ценности. К таковым в первую очередь относятся ценности семьи и материнства. В соответствии с ними выстраиваются все модели женского поведения. Ориентация на семью и материнство так или иначе сказывается и на чертах характера: конформности, эмпатичности, доброте, простоте, заботливости. Обладательницы нормативной фемининности чаще всего не стремятся к лидерству в профессиональной сфере, что, безусловно, не исключает их личностного карьерного продвижения.

С точки зрения гендерной социологии некоторыми негативными аспектами этой фемининности могут быть чрезмерная внутренняя сосредоточенность на неукоснительном исполнении женских ролей в семье и чувство вины в том случае, когда идеального исполнения не происходит. Представительницы нормативной фемининности могут в некоторых случаях вообще отказаться от карьерного продвижения во имя семьи и детей и впоследствии испытывать горечь и неудовлетворение от такого собственного выбора (см. также [2]).

*Инверсионная фемининность.* Женщины с этим типом фемининности обладают чрезмерной маскулинизацией. В литературе чаще всего таких женщин рассматривают как маскулинных. В данном случае уместнее использовать термин «инверсионная», а не «маскулинная» фемининность для того, чтобы заострить внимание на радикальных изменениях нормативной фемининности.

Эти трансформации состоят в том, что, во-первых, инверсионная фемининность – это жизнь в соответствии с хабитусом уверенности в себе, большей степени личностной автономности, независимости во взглядах и поведении, низкой конформности. Женщины, обладающие такой фемининностью, нередко агрессивны, вспыльчивы, склонны к эмоциональной

неустойчивости. Они деловиты и активны. Как правило, приняв еще в детстве «независимость», они отказываются от какой-либо помощи со стороны других людей и стремятся обеспечивать себя самостоятельно. Их мышление, поведение и личностные черты расцениваются окружением как «мужские».

Во-вторых, появляются нехарактерные для нормативной фемининности черты характера – авторитарность, дефицит эмоционального сочувствия, избегание близости и отношений привязанности (см. результаты исследования [3]).

Как мы уже указывали, этот тип фемининности является противоположным полюсом нормативной фемининности. И в данном случае дело не в отсутствии образцов нормативной фемининности, а именно в инверсии – переворачивании стереотипов, касающихся «женщин» и «женского». Избегая «женского», представительницы инверсионной фемининности крайне сложно выстраивают отношения с мужчинами и детьми. Создав собственную семью, женщины с рассматриваемым типом фемининности нередко начинают бороться за лидерство с мужем, детьми, создавая режим «непрерывной войны» по любому поводу. Они крайне болезненно реагируют на критику.

Итак, инверсионная фемининность – это жизнь, в соответствии с хабитусом независимости, целеустремленности, неконформности, уверенности в себе, деловитости, трудоголизма, профессионализма, гордости, амбициозности, агрессивности, соревновательности, в том числе с мужчинами и детьми. Конечно, в экстренных случаях женщины с инверсионным типом фемининности могут гораздо быстрее других мобилизовать свои ресурсы.

*Андрогинная фемининность.* Это срединный тип. Модели поведения здесь отличаются высоким уровнем сочетания и «женского», и «мужского». Женщины, у которых наблюдается достаточно высокий уровень андрогинной фемининности, имеют большую степень спонтанности и эмоциональной насыщенности жизненного процесса. Они могут выражать разные эмоции: и те, что характерны нормативной фемининности – плакать, проявлять сентиментальность, бояться и т.п., и те, что свойственны для инверсионной фемининности – гневаться, быть вспыльчивой и т.д.

У женщин с андрогинной фемининностью преобладают такие качества, как уравновешенность и рассудительность. С точки зрения гендерной социологии они успешно сочетают мужские и женские качества, роли, стили жизни. Андрогинная фемининность соответствует женскому хабитусу с одновременной ориентацией на традиционно закрепившиеся в общественном сознании женские ценности и на мужские ценности. Именно это и может обеспечить более успешную самореализацию в личной жизни и карьере по сравнению с крайними вариантами фемининности.

*Инфантильная фемининность.* В этом типе женщины поведенчески берут инициативу в свои руки, пытаются занимать активную лидерскую позицию и быть самодостаточными. Иногда внешне их поведение напоминает поведение женщин, обладающих «инверсионной» фемининностью. Однако если у последних их паттерны поведения продиктованы личной убежденностью в лидерстве, независимости, а также особенностями склада мышления, то у первых – это «игра во взрослых». В действительности они

часто даже опасаются признаться самим себе, что они испытывают страх быть по-настоящему взрослыми, принимать решения и исполнять их. Личностная незрелость проявляется в таких чертах характера, как неумение проявлять необходимый конформизм, стремление контролировать других, недостаток эмпатии, нетерпимость. Представительницы инфантильной фемининности опасаются традиционных женских ролей – жены и матери. Они, безусловно, скрывают этот страх от других, бравидура феминистскими лозунгами независимости. Инфантильная фемининность нередко развивается из-за отсутствия влиятельных образцов нормативной фемининности в ближайшем окружении. И чаще всего из-за наличия таковой же фемининности у матери.

С точки зрения гендерной социологии у представительниц инфантильной фемининности имеет место неумение взять ответственность на себя. Но она маскируется такими моделями поведения, которые обществом могут быть ошибочно трактуемы как лидерские, независимые. Итак, инфантильная фемининность – это жизнь в соответствии с хабитусом неумения брать на себя ответственность и неумения отдавать любовь, заботу, внимание.

*Деформированная фемининность.* Женщины с таким типом имеют модели поведения, которые сопряжены с алкоголизмом, наркоманией, отказом от своих родившихся детей и другими деструктивными паттернами. Эти женщины могут даже иметь черты характера, внешне соответствующие нормативной фемининности, однако по содержанию противостоящие им. К примеру, отказываясь от детей (оставляя их в детском доме, бросая на произвол судьбы и т.д.), представительницы деформированной фемининности, с одной стороны, отдают себе отчет, что только женщина может выполнить необходимую для общества функцию деторождения и материнства, но с другой – они не имеют ценностных ориентаций нести ответственность за своих детей. Деформация фемининности проявляется не столько в том, что материнство не занимает приоритетного положения, сколько в отсутствии такой важной потребности, как стремление личности к самореализации, воплощению в потомстве себя.

С позиции гендерной социологии у представительниц деформированной фемининности имеет место личностная деформация, обусловленная, возможно, такой же фемининностью, имеющейся у матери. Вероятно, причиной такой фемининности может быть проблемная социализация, насилие в семье. Отказываясь от детей, женщина фактически отказывается от части своей фемининности.

Все указанные типы фемининности мы рассматривали в аспекте власть/подчинение. Представленными фемининностями не исчерпывается вся типология женских образов. Как мы уже указывали, гендерная методология позволяет нам проанализировать фемининности также и в другом аспекте, а именно с позиции потребления. Здесь мы предлагаем выделить такие типы фемининности, как ограничительная, естественная, престижная и имитационная.

*Ограничительная фемининность.* Она проявляется в том, что женщины удерживают себя от разного рода предметов потребления – пищи, одежды, путешествий, развлечений и т.д. «Ограничитель» включается

практически во всех случаях потребления, иногда даже и при удовлетворении необходимых жизненных потребностей [4]. К примеру, женщины могут носить изношенное нижнее белье, уже переставшее выполнять свои основные функции, не позволяя себе купить новое. К сожалению, они могут также ограничивать и других членов своей семьи без реальной на то необходимости. Конечно, в большей мере этот тип характерен для возрастных женщин. Однако стоит учитывать, что, во-первых, далеко не все возрастные женщины имеют рассматриваемый тип фемининности. Во-вторых, обладательницы ограничительной фемининности не всегда по-настоящему испытывают материальные трудности. Чаще это принятая на себя роль, не имеющая прямых корреляций с финансовыми ресурсами.

С позиции гендерной социологии такой тип фемининности связан с крайне подчиненной позицией, которая избирается женщинами добровольно. При этом ограничения трактуются женщинами как самопожертвование. Самым сложным в данном случае является то, что часть женщин с рассматриваемым типом, испытывая базальную неудовлетворенность жизнью, не может выбрать другие модели поведения, считая свою модель как должностное (так должно быть, я так должна делать).

*Естественная фемининность.* Как правило, обладательницы такой фемининности имеют андрогинную фемининность (с позиции власть/потребление). Женщины делают выбор в процессе потребления, основываясь на реальной необходимости. Безусловно, оставаясь обладательницами женской природы, они могут совершать спонтанные акты потребления, после которых, однако, не остается «следов горечи». Несравненным достоинством этого типа является возможность полной самореализации своей социальной и индивидуальной субъектности.

С позиции гендерной социологии женщина может свободно выбирать роли в аспекте потребления без ущемления своих интересов и потребностей. Это позволяет сохранять удовлетворенность собой, своей жизнью, а также создает возможность оставаться самодостаточной, не впадая в зависимость любого плана.

*Престижная фемининность.* Женщины – обладательницы такой фемининности являют собой пример потребителей престижных товаров для достижения определенного общественного статуса и демонстрации его окружающим. Представительницы престижной фемининности с помощью статусных вещей стремятся не только выделяться среди других, но и привлекать людей с равным и большим достатком, формировать «свой круг». Примеров престижной фемининности достаточно много в сфере бизнеса, в том числе шоу-бизнеса, а также в среде политических деятелей, предпринимательства. Стоит сказать, что представительницы рассматриваемой фемининности есть и в научной среде, а также в сфере искусства и культуры. На престижную фемининность «работают», а также постоянно подкрепляют элитная недвижимость, дома-музеи, дорогие средства передвижения – автомобили, мотоциклы, яхты, самолеты, вертолеты, учреждения сферы услуг – элитные клубы, элитные салоны красоты, магазины с эксклюзивными и брендовыми товарами, рестораны, отели, одежда и аксессуары, дорогие украшения, престижные средства связи – мобильные телефоны, ком-

пьютеры, охрана, гувернантки, дорогой туристический отдых и т.д. Иными словами, работает консюмеризм.

С точки зрения гендерной социологии главным скрытым аспектом является то, что обладательницы рассматриваемой фемининности – это тоже престижный товар. У представительниц престижной фемининности ключевую роль играет либо их женский атрибут – внешность, либо уже имеющиеся властные ресурсы (родительские деньги, связи т.д.). Как ни печально, но такой престижный товар, как престижная фемининность, в обществе консюмеризма подвергается оценке и ранжированию, как любой другой товар.

*Имитационная фемининность.* Обладательницы этого типа являются собой слабый и незрелый тип личности. Факторы выбора того или иного аспекта, предмета, формы потребления у них зависят от влияния внешних обстоятельств и окружающих людей. Представительницы имитационной фемининности главным в своей жизни считают финансовое благосостояние и достижение уверенности за счет окружающих. Именно поэтому такие женщины чрезвычайно ценят общение и поддержку как друзей, семьи, так и поддержку влиятельных людей. Они полностью зависят от мнения более сильных личностей. Женщины, имеющие имитационную фемининность, склонны следовать модным трендам в питании, одежде, причёске, отдыхе. Имитируя жизнь значимых влиятельных людей, они могут создавать сложности в своей семье, заставляя остальных членов «соответствовать».

В русле гендерной социологии рассматриваемый тип фемининности содержательно имеет сходство с ограничительным типом. То есть связан с крайне зависимой позицией, которая, в отличие от ограничительного типа, существует имплицитно. Зависимость от «значимых других» приводит к тому, что женщины находятся в непрерывной погоне за статусными индивидами и неизбежным уходом от личностной самореализации. В данном случае возможны ситуации отсутствия удовлетворенности и самореализации.

Итак, в теоретическом аспекте нами представлены девять типов фемининности. Далее представим эмпирическую иллюстрацию этих типов.

Задача эмпирического изучения фемининного хабитуса видится возможной на различных уровнях: количественном (репрезентативное исследование) и качественном (фокус-группа, биографии и др.). Первый из них – классический репрезентативный опрос, в рамках которого ставится цель обнаружения массовидных форм женского социального поведения и стереотипного мнения женщин относительно целого комплекса публично-приватной сферы. Второй уровень исследования фемининного хабитуса – в биографической реконструкции пройденного жизненного пути. Биографическое глубинное интервью дает возможность отследить индивидуальные процессы *doing gender* на анализе нарративно зафиксированных интеракций, отражающих события автобиографического рассказа.

Описание социальных интеракций в полоспецифическом контексте и манифестирующих в нем жизненных практик, разумеется, не будет представлять репрезентативность данного типа поведения, но позволит воссоздать в темпоральном наслоении сменяющие друг друга траектории жизненного пути, контекстуализировать их и, возможно, связать с тем или иным

фемининным хабитусом конфигурацию жизненных практик. В рамках биографического подхода на первый план выступает перспектива субъекта. Именно поэтому здесь равно важны как рефлексивность, переживание, опыт, так и категория социального действия.

*Эмпирическая иллюстрация нормативной, андрогинной и инверсионной фемининностей.* Вначале мы представим корреляцию результатов количественных исследований Е.В. Ярославкиной и Е.В. Кулаевой с тремя выделенными типами – нормативным, андрогинным и инверсионным. Е.В. Ярославкина исследовала 350 женщин, предварительно с помощью опросника С. Бем распределив женщин на 3 типа гендерной идентичности: маскулинный, фемининный, андрогинный [6]. Если провести корреляцию этих типов идентичности с авторскими типами фемининности, то оказывается, что фемининная гендерная идентичность соответствует нормативной, маскулинная гендерная идентичность – инверсионной, андрогинная гендерная идентичность – андрогинной фемининности.

Е.В. Ярославкина выявила, что для женщин с маскулинной идентичностью характерна направленность на ценности, познавательную сферу и креативность, самоуважение, что вполне соответствует нашему представлению об инверсионной фемининности.

Для женщин с андрогинной и фемининной идентичностью характерна направленность на ценности, межличностные контакты, концепцию человека. Если преломить эти результаты к нашей типологии, то это означает, что нормативная и андрогинная фемининности в большей мере человекоцентричны.

Выделенные нами типы фемининности, представленные в соответствии с типами гендерной идентичности, можно проиллюстрировать и с помощью факторного анализа, исследующего нейтральные, мужские и женские ценности.

*Факторная структура маскулинности* (в нашей типологии – *инверсионной фемининности*) оказалась следующей. Ведущие факторы (вклад общей дисперсии 60,92 %):

- фактор 1 (вклад фактора 20,42 %) – отдых (0,837), праздник (0,770);
- фактор 2 (вклад фактора 16,31 %) – счастье (0,783), успех (0,767), дружба (0,645), здоровье (0,539);
- фактор 3 (вклад фактора 12,78 %) – творчество (0,692), учеба (0,590);
- фактор 4 (вклад фактора 11,70 %) – семья (–0,842), ребенок (–0,769), спорт (0,655), жизнь (0,642).

*Факторная структура андрогинности* (в нашей типологии – *андрогинной фемининности*) представлена следующими результатами. Ведущие факторы (вклад общей дисперсии 52,28 %):

- фактор 1 (вклад фактора 16,83 %) – любовь (0,749), жизнь (0,664), развитие (0,578), отдых (0,546), учеба (–0,507);
- фактор 2 (вклад фактора 12,77 %) – красота (0,746), дружба (–0,580), деньги (0,579);
- фактор 3 (вклад фактора 11,81 %) – ребенок (–0,780), праздник (0,779), здоровье (0,650), творчество (–0,570);
- фактор 4 (вклад фактора 10,87 %) – счастье (0,785).

*Факторная структура фемининности* (в нашей типологии – *нормативной фемининности*) такова. Ведущие факторы (вклад общей дисперсии 65,61 %):

- фактор 1 (вклад фактора 22,91 %) – дом (0,793), праздник (–0,747), здоровье (–0,736), красота (–0,632), спорт (0,531);
- фактор 2 (вклад фактора 18,17 %) – деньги (0,893), творчество (–0,792), отдых (0,683), счастье (0,595);
- фактор 3 (вклад фактора 13,05 %) – успех (0,901), дружба (–0,774), развитие (0,719);
- фактор 4 (вклад фактора 11,48 %) – семья (0,609), учеба (0,574), работа (0,551), свобода (–0,507).

Если результаты исследования представить в нашей терминологии, то можно увидеть, что для женщин с инверсионной фемининностью ведущими факторами отдых, праздник, успех, творчество, учеба, спорт и т.д. А вот ребенок и семья имеют отрицательные корреляции, что в целом и предполагалось нами при теоретическом описании. Такие факторы, как успех, спорт, учеба и т.д., в большей мере отражают мужские ценности, поэтому мы и наблюдаем положительные корреляции. А вот ребенок и семья – это женские ценности, что и вызывает отрицательные корреляционные зависимости.

Факторная структура андрогинности такова, что наряду со многими положительными корреляциями (любовь, отдых, здоровье и т.д.) имеют место и отрицательные корреляции, которые с позиции нормативной фемининности могут показаться необычными. Например, отрицательные корреляции, отражающие ценность ребенка, дружбы, творчества. Вероятно, такие результаты можно объяснить тем, что в аспекте материнства преобладают инверсионные ценности. Такое же объяснение применимо и к корреляции дружбы. А вот отрицательные корреляции творчества, скорее всего, в некоторой степени являют собой пример влияния нормативных женских ценностей.

И, наконец, мы можем говорить о том, что у женщин с нормативной фемининностью также имеются особенности. Как видим, праздник, здоровье, красота, дружба, свобода и др. имеют отрицательные корреляции. С точки зрения гендерной социологии эти корреляции вполне объяснимы. Перегруженность женскими ролями, что в нормативной фемининности нередко является нормальным явлением, может влиять на отрицательные корреляции с праздником (много забот), здоровьем (нет времени им заниматься), красотой (нет времени ее поддерживать), свободой (нет таковой в целом из-за комплекса женских ролей). А вот отрицательные корреляции с дружбой имеют другое объяснение. Женская дружба – это источник напряженности для целостности семьи.

Безусловно, сопоставление результатов исследования женщин с разной гендерной идентичностью и соотношение их с разными типами фемининности достаточно условно. Но вместе с тем в самом общем виде мы можем видеть различия в ценностях у трех групп женщин.

Как нам представляется, достаточно интересными являются результаты исследования Е.В. Кулаевой, которые могут дополнить наши рассуждения о нормативной, андрогинной и инверсионной фемининностях. В исследовании приняли участие 310 женщин г. Ярославля в 2007–2008 гг., которые

были распределены на те же три группы, что и в предыдущем исследовании [5]. Е.В. Кулаева обнаружила возрастные особенности. Фемининная женщина (нормативная фемининность – в нашем исследовании) с возрастом меньше стремится к общению, но больше – к реализации себя. Для маскулинной женщины (инверсионная фемининность) с возрастом на первый план выходят социальный статус, групповая принадлежность, но снижается значимость своих психофизических данных (внешность и т.д.) и ухода за собой. С возрастом у андрогинных женщин на первый план выходит забота о безопасности и автономности своей будущей жизни.

Итак, мы рассмотрели эмпирическую иллюстрацию нормативной, инверсионной и андрогинной фемининностей с помощью количественных показателей. Очевидны различия в ключевых ценностях у женщин с разной фемининностью.

Другие типы фемининности не представляется возможным исследовать в массовых опросах, поэтому мы использовали биографический метод.

Приведем результаты исследования *инфантильной фемининности*. Одна из представительниц Юлия Г. (42 года), не работает, замужем, имеет дочь. У Юлии противоречиво осуществлялась социализация, что и послужило основанием для формирования такого рода фемининности. Основным агентом противоречий выступала ее мать, которая также является обладательницей рассматриваемой фемининности. Достаточно поздно выйдя замуж, Юлия длительное время не могла *«понять роль жены»*, впадая то в одну, то в другую крайность. Муж и его родственники воспринимали ее как *«странную»*, поскольку у нее наблюдались инфантильные рассуждения и модели поведения в сочетании с лидерскими качествами, с желанием настаивать на собственных решениях, хотя и не всегда уместных. К примеру, она могла вечером после работы пойти в фитнес-зал, зная, что дома полностью отсутствует ужин. *«Конечно, мне было неловко от того, что я не готовлю. Но я не могла отказать себе в удовольствии позаниматься фитнесом. Ведь мне это больше нужно, чем стоять за плитой»*. После рождения ребенка Юлия оставила работу на очень длительное время (15 лет), но при этом *«мысленно находилась в поисках некоего места работы, где бы она могла по-настоящему раскрыться»*. Реальных действий не предпринимала, мотивируя тем, что *«это не понравится мужу. Он всегда хотел, чтобы я была дома»*. Юлия считала, что для самораскрытия ей нужно второе высшее образование, но не могла определиться в какой именно области знаний оно должно быть. В конце концов она нашла то, что, как ей кажется, искала – курсы по астрологии, *«так как только здесь можно понять, что происходит»*. И, несмотря на крайне негативное отношение к такому роду занятий со стороны мужа и других родственников, поступила на них, считая за полноценное второе высшее образование. Ее аргументация сводилась к следующему: *«Просто у нас пока не понимают, что такое астрология. Зато в Оксфорде я бы могла получить настоящий диплом»*. Такое сочетание наивного мышления, незрелых поступков наблюдалось в течение всей ее личной и семейной жизни. Юлия часто проявляла отсутствие конформизма, стремление контролировать других, недостаток эмпатии, элементы нетерпимости и даже истерии.

*Ограничительная фемининность.* Надежда И. (78 лет) на пенсии, летом подрабатывает в садовом обществе кассиром. Разведена, имеет двоих сыновей. Летом пенсию оставляет неприкосновенной, а расходует деньги, получаемые в садовом обществе. «А что... мне хватает... Да и много ли мне нужно? Мясо я давно не покупаю. Люблю картошку и хлеб. Зимой насушиваю сухарей. Летом полно всего (овощей. – С.И.) на участке. Одежду тоже никакую давно не покупаю. Полно всякого барахла. Да и люди много отдают ненужного». Как видим, у респондентки много старой и, вероятно, не очень хорошей одежды, которая скопилась за долгую жизнь. С этой одеждой, иногда неподходящего размера, фасона и цвета, очень трудно расстаться, поскольку всю свою жизнь она ограничивала себя в покупках и теперь не может просто выбросить ненужную вещь («Пусть будут. Может пригодятся когда»).

Респондентка накладывала на себя разного рода ограничения, считая это должным и необходимым. «Да Вы что... разве я могла себе позволить выкинуть деньги на какой-нибудь концерт... Это только могут такие транжиры, как...» (далее идет рассказ о конкретном человеке-транжире, с точки зрения Надежды.)

Когда у Надежды были маленькие дети, то она «лучший кусок всегда отдавала им. Себе оставляла, что похуже. Так было всегда. Я могла есть что попало. По молодости одежду себе покупала в “Детском мире”». Может показаться, что Надежда даже довольна жизнью ограничений. Однако в процессе длительного интервью все-таки выяснилось, что самопожертвование не было оценено детьми. Более того, дети очень отделились от нее и общаются лишь в ее день рождения. И Надежда вновь и вновь повторяет, что «лучший кусок отдавала им, а себе – что останется. А что в результате?.. Я одна и никому не нужна...». Фактически ограничительная фемининность привела к тому, что ограниченными стали не только необходимые потребности, а также способы их удовлетворения, но самое печальное последствие это – ограниченные отношения с детьми. Длительная жизнь ограничений и неудовлетворительный результат.

*Естественная фемининность* может быть представлена биографией Ирины С. (39 лет). Работает в IT-компании, замужем, имеет двоих сыновей. Ирина – активный пользователь разного рода предметов потребления. При этом она не стремится к престижному потреблению, а удовлетворяет потребности в пределах своих финансовых ресурсов. Ирина вместе с семьей увлекается спортивным отдыхом: летом – велосипед, зимой – горные лыжи. Круглогодично – пеший туризм. Для удовлетворения потребностей активного спортивного отдыха респондентка покупает спортивные товары с «прицелом не на моду, но на высокие потребительские свойства. Если это куртка, то должна быть хорошая мембрана. Если лыжи, то в соответствии с уровнем катания, а не модной в сезоне новинки. Конечно, все это не очень дешево стоит, для меня главное – здоровье и удовольствие».

Ирина много работает и активно отдыхает с семьей, в том числе и в туристических поездках в европейские страны. Живут в городской квартире и строят большой загородный дом. Показывая фотографии действительно большого дома, Ирина с удовольствием говорит: «Сюда-то побольше войдет людей. У нас же собираются такие толпы наших друзей...». Легкая,

непринужденная в общении, она постоянно организует спортивные праздники для детей своих друзей с вручением подарков, с чаепитием на природе. Среди друзей есть и гораздо более состоятельные, чем Ирина и ее семья, но в присутствии Ирины у них даже не возникает желания «помериться» статусами, ресурсами, престижем. Иными словами, естественная фемининность создает атмосферу спокойствия, гармонии и удовлетворенности не только у ее обладательниц, но и у окружения.

*Престижную фемининность* проиллюстрируем результатами биографического изучения жизнеописания Алены М. (40 лет). Она является владелицей крупной престижной фирмы, замужем, имеет дочь. Знает несколько иностранных языков, увлекается модными видами спорта, занимается фитнесом. Имеет элитную недвижимость. Пробует на себе все модные тенденции, характерные для звезд шоу-бизнеса: косметология, дентология, отдых в элитных зонах, посещение статусных салонов и клубов для VIP-персон. В течение длительного времени получает разного рода дипломы, сертификаты, удостоверения, которые могут повысить ее значимость и статус. *«Вы знаете, как меняется отношение, когда я говорю, что закончила Президентские курсы повышения...»*. Для этой же цели при общении, даже кратковременном, она стремится показать свои «связи»: *«Я была во многих странах Европы и Америке. Имею контакты на самом высоком уровне. Могу решить многие вопросы»*. Дорогая одежда, автомобили, украшения – все преподносится с позиции недостижимого для многих уровня благосостояния и «кичливого» пренебрежения этим: *«Да Вы знаете, все это (показывает на собственные украшения, одежду. – С.И.)... Да, это безумно дорого... Но сейчас это все так неважно. Да я на все это могу очень быстро заработать... Важны настоящие отношения»*. При этом «настоящие отношения» для Алены М. – это отношения на высоком статусном уровне. Во всем сквозит не просто кокетство избалованной женщины, но желание показать сверхдостаточное, имиджевое, статусное потребление всего, с чем ей приходится сталкиваться, – вещей, отношений, образования и т.д. В целом стоит сказать, что престижная фемининность сразу задает тон – соревнование «кто успешнее», а может и «кто главнее».

В качестве примера *имитационной фемининности* хотелось бы привести отдельные аспекты биографии Фаины Г. (52 г.). Разведена, имеет двоих сыновей и дочь. Работает медицинской сестрой в диспансере. Заработная плата чуть выше, чем у других медицинских работников среднего звена, за счет доплаты за неблагоприятные условия труда. Не имея достаточных личных финансов для того, чтобы приобретать дорогие предметы потребления, она постоянно использует банковские кредиты. При этом ей иногда приходится брать кредит в одном банке, чтобы погасить проценты по кредиту в другом банке. *«Ну да живу в постоянных долгах, зато у меня есть все, что и у других (имеет в виду состоятельных. – С.И.). Но иначе ведь не проживешь. Да и кому интересно знать, что денег у меня фактически нет. Как раз наоборот, я хочу показать, что живу на уровне»*. Фаина пытается произвести впечатление состоятельной женщины за счет имитации. Для этого она использует разные способы: имитация высоких доходов, имитация состоятельной родительницы. Для имитации больших финансов респондентка занимается распространением косметики «Ориф-

лейм» и стремится доказать другим, что занимается доходным бизнесом. *«Было собрание представителей Орифлейма в Москве. Я, конечно, поехала, взяла кредит и поехала. Конечно, там было все за мой счет. Дорога, проживание. Но не могла же я не поехать. Конечно, потом год расплачивалась, но я не жалею. Никто же не знал, что я в кредит ездила, зато многие говорили мне, что молодец».*

Для того, чтобы произвести впечатление состоятельной родительницы, Фаина купила дочери на выпускной вечер достаточно дорогое платье: *«Я сказала Лене (дочери. – С.И.): “То, что у тебя нет отца, не означает, что ты будешь выглядеть беднее всех. Как раз наоборот, я все сделаю, чтобы ты выглядела богаче всех”. Так и получилось. У нее было самое дорогое платье. Даже дороже тех, кто из полных семей. У меня, конечно, долги после этого. Ну и что...».* Затем, когда дочь выходила замуж, Фаина заказала свадебный лимузин на несколько часов, отдавая свою заработную плату за несколько месяцев и вновь беря кредит. *«Зато все видели, что у нас, как у всех...»*

Имитация состоятельности отрицательно сказывается на здоровье респондентки (*«Букет, но главное – давление зашкаливает»*), но она уже не может отказаться от такого образа жизни и мышления.

Подведем итоги. Мы выявили, что в русле гендерной социологии фемининность может быть множественной. Если за основу положить такой показатель, как власть/подчинение, то можно выделить нормативную, инфантильную, инверсионную, деформированную и андрогинную фемининности. Нормативная и инверсионная фемининности представляют собой своеобразные полюса. Срединный вариант – андрогинная фемининность. Инфантильная фемининность – это жизнь в соответствии с хабитусом неумения брать на себя ответственность и неумения отдавать любовь, заботу, внимание. Деформированная фемининность связана с деформацией личности женщины.

Беря за основу типологии такой показатель, как потребление, можно представить ограничительную, естественную, престижную и имитационную фемининности. Каждый из этих типов находится под влиянием гендерной практики. И если естественная фемининность отражает полноценные возможности для осуществления женщиной своей индивидуальной и социальной субъектности, то остальные типы – либо стремление избежать подчиненного положения, либо, напротив, чрезмерно подчиниться ему.

Рассмотренная типология, безусловно, не претендует на полноту, но вместе с тем отражает имплицитную множественность аспектов женского пола. Стоит предположить, что ожидают своего исследования другие женские типы, у которых обнаружатся новые аспекты отношения к себе и окружающему миру.

### Литература

1. Ильин В.И. Креативный консюмеризм как тренд современного общества потребления // Журнал социологии и социальной антропологии. 2011. № 5. С. 41–54.
2. Ильиных С.А. Концепты маскулинности и фемининности в русле гендерного подхода // Идеи и идеалы. 2011. № 4 (10). Т. 1. С. 131–145.

3. *Ильиных С.А.* Образы мужчин и женщин в зеркале гендерных представлений // Вестник Бурятского государственного университета. 2008. № 14. С. 120–125.
4. *Ильиных С.А.* Хабитуализация бедности // Теория и практика общественного развития. 2012. № 5. С. 59–62.
5. *Кулаева Е.В.* Самоопределение женщин с различными типами гендерной идентичности: Автореф. дис. ... психол. наук: 19.00.05. Ярославль, 2009. 24 с.
6. *Ярославкина Е.В.* Ценностно-смысловая сфера женщин с разной гендерной идентичностью: Автореф. дис. ... психол. наук: 19.00.01. Южно-Сахалинск, 2009. 24 с.

### Bibliography

1. *I'in V.I.* Kreativnyj konsjumerizm kak trend sovremennogo obshhestva potreblenija // Zhurnal sociologii i social'noj antropologii. 2011. № 5. P. 41–54.
2. *I'inyh S.A.* Koncepty maskulinnosti i femininnosti v rusle gendernogo podhoda // Idei i idealy. 2011. № 4 (10). T. 1. P. 131–145.
3. *I'inyh S.A.* Obrazy muzhchin i zhenshhin v zerkale gendernyh predstavlenij // Vestnik Burjatskogo gosudarstvennogo universiteta. 2008. № 14. P. 120–125.
4. *I'inyh S.A.* Habitualizacija bednosti // Teorija i praktika obshhestvennogo razvitija. 2012. № 5. P. 59–62.
5. *Kulaeva E.V.* Samoopredelenie zhenshhin s razlichnymi tipami gendernoj identichnosti: Avtoref. dis. ... psihol. nauk: 19.00.05. Jaroslavl', 2009. 24 p.
6. *Jaroslavkina E.V.* Cennostno-smyslovaja sfera zhenshhin s raznoj gendernoj identichnost'ju: Avtoref. dis. ... psihol. nauk: 19.00.01. Juzhno-Sahalinsk, 2009. 24 p.