

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»

На правах рукописи

ВОЛКОВА Александра Алексеевна

Коммуникационное сопровождение деятельности феминистских организаций

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
по направлению «Реклама и связи с общественностью»**

Научный руководитель –
доктор философских наук,
доцент А. Ю. Дорский
Кафедра связей с общественностью
в политике и государственном управлении
Очная форма обучения

Вх. № _____ от _____
Секретарь _____

Санкт-Петербург
2017

Содержание

Содержание.....	2
Введение	3
Глава 1. Теоретико-методологические основания коммуникационного сопровождения деятельности феминистских организаций.....	8
§1 Основные понятия феминизма	8
§2 Феминистское движение в современной России и контекст, в рамках которого он существует	17
§3 Анализ целевых групп общественности феминистского движения	30
Глава 2. Коммуникационное сопровождение деятельности феминистских организаций на примере российской и американской организаций	38
§1 Left-fem как базисный субъект PR	38
§2 Коммуникационное сопровождение деятельности феминистской организации NOW.....	48
§3 Сравнительный анализ коммуникационной деятельности организаций Left-fem и NOW, выдвижение рекомендаций	56
Заключение	65
Литература	69
Приложение 1	78
Приложение 2	83
Приложение 3	86

Введение

Гендерное равенство входит в программу «Цели развития тысячелетия» Организации Объединённых Наций, а в России женщины не только получают меньшую заработную плату по сравнению с мужчинами на тех же должностях (по данным вице-преьера Ольги Голодец, заработная плата женщин составляет 73% от заработной платы мужчин¹), но их вообще стремятся на определённые должности не брать² (т. н. скрытая дискриминация, когда в более высокооплачиваемых сферах чаще трудятся мужчины). Это проблема так называемого гендерного разрыва в оплате труда.

Проблема совсем иного характера связана с тем, что женщины крайне часто сталкиваются с насилием, в том числе — домашним. По данным МВД Российской Федерации, в 2016 году в результате семейных конфликтов пострадали около десяти тысяч женщин и почти пять тысяч детей³. При этом необходимо не забывать, что далеко не все жертвы насилия обращаются за помощью, так как в России распространён феномен обвинения жертвы, также распространено мнение, что выносить сор из избы не нужно, а бьёт — значит, любит.

Феминистское движение в качестве своей цели провозглашает борьбу за гендерное равенство, за прекращение женской дискриминации и насилия, направленного на женщин. По нашему мнению, поэтому феминистское движение нужно женщинам. В целом, распространение феминистских идей, с одной стороны, находит отражение в жизни современного общества, а с другой стороны, является необходимым для

¹ Голодец заявила о дискриминации российских женщин по уровню зарплат // РБК [Электронный ресурс] URL <http://www.rbc.ru/rbcfreenews/58b41de19a7947eb202985c5> (18.04.2017)

² Романова С. Российским женщинам платят на 30% меньше, чем мужчинам // Ведомости [Электронный ресурс] URL <http://www.vedomosti.ru/management/articles/2015/11/24/618007-rossiiskim-zhenschinam-platyat-30-menshe-chem-muzhchinam> (12.03.2017)

³ МВД РФ: от семейных побоев в основном страдают женщины // ТАСС [Электронный ресурс] URL <http://tass.ru/obschestvo/4006801> (10.03.2017)

установления равноправия женщин во всех аспектах социальной, экономической и политической жизни, от чего, в конечном итоге, выиграют все члены общества. По всем вышеперечисленным причинам деятельность феминистских организаций и её коммуникационное сопровождение является актуальным.

Данная тема до сих пор является научно непроработанной: нами не обнаружены другие работы, где бы рассматривалось коммуникационное сопровождение деятельности феминистских организаций. Как правило, феминизм исследуется социологами в рамках отдельного направления — гендерной социологии. В России одной из самых значимых работ по этой теме является «12 лекций по гендерной социологии» Е.А. Здравомысловой и А.А. Тёмкиной, в которой приводятся методологические и теоретические основания данного направления. Гендерные исследования были порождены феминистским движением и возникли как ответ на то, что женский опыт до сих пор не учитывался в других исследованиях⁴. По мнению Анны Тёмкиной, соавтора данной работы, гендерные исследования не могут не понимать основ феминизма⁵. По этим причинам в начале работы излагаются основные вехи исторического развития феминизма, его основные понятия и термины, а также как феминистское движение повлияло на развитие гендерной социологии. Затем рассматриваются вопросы здоровья, науки и образования, заботы, маскулинности.

О феминизме также написано множество работ-манифестов, в которых авторы рассматривают с той или иной точки зрения практики угнетения, с которыми сталкиваются современные для них женщины,

⁴Здравомыслова Е.; Тёмкина, А. 12 лекций по гендерной социологии: учебное пособие. — СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2015. — с. 14.

⁵Гендер, секс и феминизм: взгляд социолога / Arzamas [Электронный ресурс] URL <http://arzamas.academy/materials/959> (08.10.2016)

публикуются призывы к действиям, подходы, с точки зрения которых рекомендуется рассматривать будущую борьбу. К основным таким работам относятся «Второй пол» С. де Бовуар, «Личное — это политическое» К. Ханиш, «Загадка женственности» Б. Фридан и «Миф о красоте» Н. Вульф.

Объектом исследования будет являться коммуникации феминистского движения. Предметом исследования выступит коммуникационная деятельность феминистских организаций Left-fem (Россия) и National Organization for Women (США).

Целью настоящей работы будет являться анализ коммуникационного сопровождения деятельности феминистских организаций. Задачи, которые следует выполнить для достижения данной цели:

- 1) выявить цели и задачи феминистского движения, определить терминологию, которой пользуется феминистское движение;
- 2) проанализировать специфику функционирования феминистского движения в России;
- 3) проанализировать целевые группы общественности феминистского движения;
- 4) рассмотреть феминистскую организацию Left-fem как базисный субъект PR;
- 5) проанализировать коммуникационное сопровождение деятельности американской феминистской организации National Organization for Women;
- 6) провести сравнение коммуникационной деятельности организаций Left-fem и National Organization for Women, выявить сходства и различия между ними; разработать рекомендации по коммуникационному сопровождению деятельности организации Left-fem.

Основными методами исследования будет являться контент-анализ, изучение специальной литературы, изучение и анализ документов, докладов международных организаций, статистических данных о подписчиках публичных страниц, результатов опросов общественного мнения.

Работа основывается на следующих теоретических работах: «Миф о красоте» Н. Вульф, «Загадка женственности» Б. Фридан, «Личное — это политическое» К. Ханиш и «Второй пол» С. де Бовуар как основных теоретических феминистских трудах, а также на «12 лекциях по гендерной социологии» Е.А. Здравомысловой и А.А. Тёмкиной.

Эмпирическую базу работы составляют вторичные научные данные, материалы сайтов и публичных страниц феминистских организаций Left-fem и National Organization for Women, статистические данные центров изучения общественного мнения ФОМ, ВЦИОМ и Ipsos, доклад международной организации Amnesty International, публикации в социальных сетях (Facebook, Twitter, Youtube и «ВКонтакте») и СМИ (Wonderzine, РБК, «Ведомости», Furfur, «Медуза», The Village) за период с 2014 по 2017 год.

Работа состоит из двух глав. В первой главе рассматриваются теоретические аспекты феминистского движения: основные понятия, идеи и направления феминизма (параграф 1), также специфика существования феминизма в России (параграф 2) и анализируются целевые группы общественности феминистского движения в России (параграф 3). Во второй главе приводится анализ коммуникационного сопровождения деятельности российской феминистской организации Left-fem как базисного субъекта PR (параграф 1), анализ коммуникационного сопровождения деятельности американской феминистской организации NOW (параграф 2), выявляются сходства и различия в коммуникационном сопровождении деятельности данных организаций, а также

разрабатываются рекомендации по коммуникационному сопровождению для рассматриваемого базисного субъекта (параграф 3).

Глава 1. Теоретико-методологические основания коммуникационного сопровождения деятельности феминистских организаций

§1 Основные понятия феминизма

Для определения коммуникационной деятельности феминистского движения в социальных сетях, сначала необходимо дать характеристику основных понятий феминизма, его целей, задач, исторической и подоплёки, а также характеристику самой среды, роль которой изучается в настоящем исследовании. В первом параграфе мы обратимся к феминистской терминологии. Отдельно следует отметить, что феминистское движение тесно связано с гендерными исследованиями⁶, так как последние исследуют определенные закономерности в жизни общества, к которым феминизм подходит с активистской точки зрения: борются против, по их мнению, негативных, создают новые и укрепляют позитивные. Поэтому многие понятия феминизма вышли из гендерной социологии и будут приведены в данном параграфе.

Сам термин «феминизм» происходит от латинского слова *femina* (женщина) и обозначает интеллектуальное и политическое движение против дискриминации женщин. В настоящее время термин используется для обозначения движения, направленного против дискриминации по признаку пола⁷.

⁶ Гендер, секс и феминизм: взгляд социолога / Arzamas [Электронный ресурс] URL <http://arzamas.academy/materials/959> (08.10.2016)

⁷ Здравомыслова Е., Тёмкина А. 12 лекций по гендерной социологии: учебное пособие — СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2015. — с. 35.

Историю развития феминизма условно делят на три волны, отображающие соответствующие этапы⁸. В рамках каждой волны рассмотрим одновременно и основные идеи, и понятия, которые возникают в конкретный период и важные для понимания феминистского дискурса.

Первая волна женского движения приходится на середину XIX — начало XX в. Феминизм первой волны был направлен на борьбу за эмансипацию и достижение избирательных и прочих прав женщин. *Эмансипация женщин*, по А. Тёмкиной и Е. Здравомысловой — процессы освобождения от правовых и социальных ограничений общественного участия, массовое вовлечение женщин в публичную сферу. Именно с первой волной феминизма и суфражистским движением принято ассоциировать феминизм вообще.

Вторая волна феминизма приходится на период начала 1960-х до конца 1980-х годов и характеризуется тем, что переходит из исключительно политической сферы первой волны в сферу социальную. В данный период обсуждаются нормативные модели женственности и мужественности, сформулированные социологом Толкоттом Парсонсом. Он разработал концепцию половых ролей в семье, где существует только муж-кормилец и жена-домохозяйка, которая была опровергнута дальнейшими исследованиями и подвергнута разносторонней критике со стороны феминизма.

Одной из ключевых работ феминизма второй волны является «Второй пол» Симоны де Бовуар. В ней представлена трактовка закреплённых в обществе гендерных различий с точки зрения экзистенциализма. Главный тезис Симоны де Бовуар заключается в том,

⁸Three Waves of Feminism: From Suffragettes to Grrls // Gender Communication Theories and Analyses: From Silence to Performance / Krolokke C., Sorensen, A. — Sage Publications, 2005.

что женщиной не рождаются, а становятся, т. е. соответствие женщин представлениям о женственности обусловлено не биологически, а социально — в результате воспитания, социализации и пр. В целом, в её работе предопределённость судьбы полом ставится под сомнение.

Другие важные идеологические работы были созданы Бетти Фридан и Кэрол Ханиш. Бетти Фридан является автором работы «Загадка женственности», где развинчивается миф о том, что единственное предназначение женщины — быть хранительницей домашнего очага. Кэрол Ханиш, в свою очередь, опубликовала эссе, в котором сформулирован лозунг феминизма второй волны, который звучит как «личное — это политическое»⁹. Суть этой идеи в том, что отношения, которые сложились в сексуальной и репродуктивной жизни, ложатся в основу организации всего общества с точки зрения гендера. Пока сексуальная жизнь и репродуктивная сфера устроены так, что женщина в них является объектом, используется и эксплуатируется, то и в других сферах воспроизводится подобная схема. Данную схему называют патриархатом.

Феминизм даёт следующее определение патриархату: *патриархат* — это система социальных структур и практик мужского господства, которая приводит к подчинённому положению, угнетению и эксплуатации женщин. Понятие патриархата является ключевым для радикального феминизма и феминизма различий¹⁰.

Другое важное понятие, возникающее в данный период — понятие *сексизма*, которое было сформировано и названо по аналогии с понятием

⁹ Hanisch С. The personal is political [Электронный ресурс] URL <http://www.carolhanisch.org/CHwritings/PIP.html> (15.11.2016)

¹⁰ Анализ патриархата // 12 лекций по гендерной социологии: учебное пособие / Здравомыслова, Е.; Тёмкина, А.. — СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2015. — с. 48-49.

«расизм» и подразумевает дискриминацию по признаку пола и /или гендера, возникающую на различных уровнях, от индивидуального до институционального, и включает в себя продвижение гендерных предрассудков и стереотипов¹¹.

В 1980-1990х годах было сформировано так же понятие *гендера* — совокупности социально сконструированных ролей, поведения, деятельности и качественных характеристик, которые ожидаются и считаются подходящими для мужчин и женщин; социально формируемые характеристики мужественности и женственности (не мужчины и женщины)¹². Все эти понятия актуальны и используются в феминистском дискурсе до сих пор.

Третья волна феминизма появляется в конце 1980-х гг. и связана с процессами глобализации и транснационализации. Он стал ответом на неудачи «второй волны», а также на антифеминистскую реакцию и консервативный откат в обществе. Идеологически феминизм третьей волны отличается от второй в первую очередь отношением к области сексуальности. Происходит отказ от понимания женской гетеросексуальности в качестве единственного стандарта. Кроме того, феминизм третьей волны рассматривает сексуальность в качестве инструмента раскрепощения женщин. Феминизм третьей волны также оппонирует присущему феминизму второй волны чрезмерной сосредоточенности на опыте белокожих женщин, принадлежащих среднему классу, заявляя, что у разных женщин может быть разный опыт угнетения. На политическую повестку влияют женские и мужские

¹¹Sexism is discrimination on the basis of sex and/or gender. It occurs at various levels, from the individual to the institutional, and involves practices that promote gender-based prejudice and stereotyping». Lind A. Sexism // The Concise Encyclopedia of Sociology / George Ritzer, J. Michael Ryan (eds.). — Wiley-Blackwell, 2010. — с. 535-536.

¹² What do we mean by «sex» and «gender» // World Health Organization [Электронный ресурс] URL <http://apps.who.int/gender/whatisgender/en/> (09.10.2016)

движения, ЛГБТ-сообщества, постколониальные движения. Они критикуют категорию «гендер», бинарность гендерных оппозиций, вводят новые параметры иерархий.

Стоит отметить, что деление феминизма на «волны» тесно связано с волновой теорией Э. Тоффлера¹³. Одной из значимых отличительных черт перехода от цивилизации первой волны ко второй и от второй — к третьей является претерпевающая заметные изменения семья и, соответственно, положение женщин в обществе. Если для цивилизации первой волны характерна большая семья в несколько поколений, для второй — нуклеарная семья из родителей и пары детей, а для третьей — разнообразие типов семьи, где к нуклеарной семье присоединяются семьи с одним родителем и ребёнком, родителями без детей, однополыми родителями и др. В этом смысле развитие феминистского движения является одновременно причиной и следствием изменений структуры семьи.

Волновая теория, помимо прочего, оговаривает связанный с процессами глобализации и транснационализации конфликт между «откатывающейся» второй волной и «наступающей» третьей. Для России особенно характерен данный конфликт: интернет способствовал частичному изменению общества и вызывал симптомы, характерные для третьей волны. Изменения в потреблении информации, демассификация СМИ, фрагментарность и разрозненность информационных сообщений и клиповое мышление уже коснулись современного российского общества, но остаются нерешенными проблемы, свойственные для цивилизации второй волны (например, использование невозобновляемых ресурсов).

Для «волн» феминизма процесс столкновения также характерен. В современной России всё ещё существует мнение, что женщина справляется

¹³ Тоффлер, Э. Третья волна / под ред. Гудимовой С. — М.: АСТ, 2010.

с занятиями, требующими интеллектуальных усилий, хуже мужчин. Наиболее заметно это проявляется в так называемой «второй России» по модели Натальи Зубаревич¹⁴: города с населением около 300 тыс. человек, в жизни которых доминируют консервативные модели образа жизни. С подобными мнениями исторически борется «вторая волна» феминизма. «Третья волна» феминизма более распространена среди жителей «первой России», а именно жителей городов-миллионников, космополитичных офисных работников. Так, например, жители крупных городов уже начали разделять себя на интерсекциональных и других феминисток и волноваться о правах меньшинств не меньше своих собственных. Из-за «столкновения» волн понять цели и задачи феминистского движения без специальных умственных усилий бывает непросто.

Феминизм не является однородным движением и включает в себя множество различных течений и идеологий. В частности, феминизм делится на феминизм различий, социалистический, марксистский, либеральный, радикальный, интерсекциональный, квир и другие.

Радикальный феминизм, по словам гендеролога Натальи Пушкарёвой, наиболее неадекватно представляется людям, хотя именно он во многом толкает дело феминизма вперёд¹⁵. Именно он предложил смотреть на угнетение с точки зрения угнетения по признаку пола. Ключевым понятием для радикального феминизма является патриархат. Радикальный феминизм считает, что мужское господство можно устранить, если женщины смогут самостоятельно контролировать средства производства человека, репродуктивные права и воспитание.

¹⁴ Зубаревич Н. Четыре России // Ведомости [Электронный ресурс] URL http://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2011/12/30/chetyre_rossii (10.04.2017)

¹⁵ Шевелева А. Гендеролог Наталья Пушкарёва — о продолжении сексуальной революции и неудачах российского феминизма // The Village [Электронный ресурс] URL <http://www.the-village.ru/village/people/city-news/162785-chto-novogo-genderolog> (04.03.2017)

Сторонницы радикального феминизма поднимают темы мужской монополии в науке и искусстве, дискриминации в повседневной и сексуальной жизни. Радикальный феминизм значительно повлиял на современную культуру: его вкладом является феминистское искусство и философия, благодаря нему в обществе стала обсуждаться тема насилия, домогательства и женского сексуального удовольствия. Кроме того, радикальный феминизм ввёл понятие сексизма. Стратегия радикальных феминисток заключается в том, чтобы будоражить общественное сознание, провоцировать дискуссии, поэтому радикальные феминистки известны благодаря своему активизму. Так, радикальные феминистки кидали в толпу коровьи внутренности, чтобы привлечь внимание к теме женского самого по себе.

Другое заслуживающее внимания в настоящем исследовании направление феминизма — либеральный феминизм. Исторически либеральный феминизм возник раньше других направлений феминизма и был связан с суфражистским движением. Представительницы этого движения добиваются равного доступа к социальным благам, равной оплаты труда, участия в политической жизни наравне с мужчинами, иметь право получать образование посредством осуществления собственных действий и выбора (например, участие в выборах и голосовании, чтобы прямо или косвенно повлиять на реформы законодательства). В современном обществе основными методами, которые используются сторонниками либерального феминизма для достижения заявленных целей, являются лоббирование интересов женщин и разработка соответствующих законов, а также создание кризисных центров и групп

поддержки, направленных на борьбу с конкретными проблемами¹⁶. Для данного направления феминизма характерно утверждение о том, что общество ошибается в том, что женщины по рождению являются менее интеллектуально и физически развитыми, по сравнению с мужчинами. Подобный образ мыслей провоцирует дискриминацию женщин в научной сфере, на рынке труда и публичных дискуссионных платформах¹⁷. Заслуга либеральных феминисток на Западе – меньшее гендерное неравенство, по сравнению с Россией¹⁸.

Также существует социалистический или левый феминизм, идеи которого рассмотрены Барбарой Эренрайх в работе «Что такое социалистический феминизм?»¹⁹. Социалистический феминизм рассматривает модель двойного угнетения женщин структурами патриархата с одной стороны и структурами капитализма — с другой. Б. Эренрайх отмечает, что переход к промышленному капитализму способствовал ослаблению патриархальной системы, так как центр производства сместился из домашнего хозяйства, которым руководил старший мужчина в семье, в сторону промышленного производства, заставившего многих людей покинуть домохозяйства и стать относительно свободными наёмными работниками на фабриках. В результате капитализм не покончил с мужским господством, а изменил его. Так, новая форма гендерного угнетения сложилась под влиянием капитализма сравнительно недавно, и поэтому, считает Б. Эренрайх, женщинам для

¹⁶ Савина А. От суфражисток до радфем: Ключевые направления феминизма // Wonderzine [Электронный ресурс] URL <http://www.wonderzine.com/wonderzine/life/life/218101-the-f-word> (21.04.2017)

¹⁷ Tong R. Liberal feminism // Feminist Thought: A More Comprehensive Introduction — Westview Press — 2009. — с.11-47.

¹⁸ Gender Inequality Index / Human Development Report 2015: Work for Human Development [Электронный ресурс] URL <http://hdr.undp.org/en/composite/GII> (05.03.2017)

¹⁹ Ehrenreich B. What is Socialist Feminism? // The Femenist eZine [Электронный ресурс] URL <http://www.feministezine.com/feminist/modern/Socialist-Feminism.html> (21.04.2017)

осознания своего женского опыта необходимо рассматривать и анализировать капитализм как систему. Среди проблем, которые не решил капитализм, Б. Эренрайх выделяет, во-первых, эксплуатацию внутри семьи и, во-вторых, сексуализацию и объективацию женского тела. Под эксплуатацией внутри семьи имеется в виду тот факт, что уход за детьми и домашний труд остаются приоритетом женщин. Смягчить данную проблему, по мнению Б. Эренрайх, возможно с помощью создания сильного социального государства, которое наложит на капитализм ограничения. Проблема сексуализации и объективации, в свою очередь, рассматривается в качестве выгодного рынка для капитализма, которую так же можно частично решить путём ограничения капитализма. По указанным причинам социалистическим феминисткам и феминистам предлагается бороться против капитализма и патриархата одновременно путём объединения с другими угнетёнными группами.

Таким образом, в первом параграфе удалось узнать, что феминизм делится на три этапа исторического развития, традиционно называемых волнами. В современной России вторая и третья волна «наложились» друг на друга, и если жители крупных городов чаще обсуждают проблемы третьей волны, для остальных более актуальными являются проблемы второй. Они одновременно поднимают вопросы патриархальной системы, дискриминации женщин по признаку пола, гендерных стереотипов и сексизма. Феминизм неоднороден и взгляды отдельные его ветвей могут противоречить друг другу. Всё это провоцирует путаницу и непонимание целей и задач феминистского движения.

После рассмотрения базовых принципов и понятий феминизма в следующем параграфе мы охарактеризуем среду, в котором существует современное российское феминистское движение.

§2 Феминистское движение в современной России и контекст, в рамках которого он существует

Начать характеристику положения феминизма на сегодняшний день в России мы предлагаем с рассмотрения некоторых выводов, сделанных в докладе Amnesty International 2015/2016 «Права человека в современном мире»²⁰.

Общая ситуация в докладе характеризуется тем, что лидеры всё чаще отказываются соблюдать права человека, усиливают контроль за средствами массовой информации, продолжают преследование своих критиков и оппонентов.

Кроме того, в докладе указано, что власти стремятся к объединению общественного мнения вокруг идей о единстве, патриотизме, «традиционных ценностях» и другого. Так, феминисткам приходится бороться с насаждением традиционных ценностей (нацеленность на создание и сохранения брака во что бы то ни стало, заведения детей), которые противоречат феминистской идеологии, которая настаивает на свободе выбора для женщины прежде всего (женщина в таких условиях сама решает, хочет ли она вступать в брак, заводить детей, как она хочет выглядеть и проч. — без давления на неё со стороны общества и государства).

Ситуацию в целом можно охарактеризовать как неблагоприятную для несогласия с любым пунктом официальной политики. При этом российское общество больше всего волнуют насущные вопросы, связанные с деньгами: рост цен (69%), бедность (50%), рост безработицы

²⁰ Доклад Amnesty International 2015/2016 Права человека в современном мире [Электронный ресурс] (доступен для скачивания) URL <https://www.amnesty.org/en/documents/pol10/2552/2016/ru/> (05.03.2017)

(42%)²¹. А проблемы ограничения гражданских прав и демократических свобод (3%), невозможности добиться правды в суде и грубости (5%), жестокости полиции (5%) волнуют респондентов в 2017 году меньше всего. Вопросы прав женщин попадают под наименее волнующую россиян проблему гражданских прав, либо не вошли в варианты респондентов опроса вовсе.

Поэтому на фоне глобальных финансовых проблем населения страны феминизм и его идеи как будто бы теряются. Однако пока существует неравенство в оплате труда между женщинами и мужчинами, нельзя сказать, что идеи феминизма неактуальны — ведь это финансовый вопрос, в конечном итоге, волнующий россиян больше всего. Они просто не смотрят на данную проблему с такой стороны. Тем не менее, гендерное равенство и расширение прав и возможностей женщин внесено в программу ООН «Цели развития тысячелетия»²². Нельзя так же забывать, что права женщины — это такие же права человека, и считать, что для прав отдельных групп людей, в данном случае, женщин, сейчас не время.

Пока что в российском обществе достаточно заметными становятся скандалы, которые касаются только поверхностного «слоя» проблем, с которым борются участницы феминистского движения, и только в 2016 году общественная дискуссия вышла на принципиально новый уровень. Можно сказать, что подобные дискурсы являются для феминистского движения проблемой, так как оно не может аргументированно донести до оппонентов свою позицию и дискредитирует себя.

Наиболее заметным кейсом, иллюстрирующим проблему, стала история с обсуждением рубашки учёного из миссии Rosetta (миссия была

²¹ Самые острые проблемы // Пресс-выпуск 07.03.2017 — Левада-центр [Электронный ресурс] URL <http://www.levada.ru/2017/03/07/samye-ostrye-problemy/> (21.03.2017)

²² UN Millenium Project [Электронный ресурс] URL <http://www.unmillenniumproject.org/index.htm> (10.03.2017)

направлена на изучение кометы Чурюмова-Герасименко). В 2014 году миссия перешла в заключительную стадию: зонд «Розетта» достиг кометы и спускаемый аппарат «Филы» совершил мягкую посадку на поверхность кометы²³. Интервью о миссии давал учёный Мэтт Тейлор, который в это время был одет в рубашку с изображением голых женщин²⁴. На рубашку обратила внимание техобозреватель The Atlantic Роуз Эфелет в своем твиттере²⁵, после чего на The Verge появилась эмоциональная заметка «Неважно, что ты посадил космический аппарат на комету, — твоя рубашка сексистская», однозначно трактующая выбор гардероба учёным как крайне неудачный²⁶. В последующей дискуссии самыми заметными стали представители двух противоположных сторон, одна из которых обесценила заслуги учёного в науке из-за сексистской рубашки, а вторая — обвинила феминисток в том, что они портят всем жизнь. На наш взгляд, в этой ситуации стоит разобраться подробнее.

Многие участницы феминистского движения интерпретируют объективирующие изображения женщин (в данном случае, на рубашке) как привычку восприятия женщин только как сексуального объекта, что, по мнению культуролога Дениса Салтыкова, в тотальном случае ведёт к недооцениванию деловых, интеллектуальных и пр. способностей женщин при приёме на работу и оплате женского труда²⁷ (см. уже упоминавшийся

²³Rossetta Mission Overview // NASA [Электронный ресурс] URL <https://www.nasa.gov/rosetta> (25.02.2017)

²⁴Учёный из миссии «Розетта» извинился за свою рубашку и заплакал // РИА Новости [Электронный ресурс] URL <https://ria.ru/society/20141115/1033425925.html> (08.10.2016)

²⁵Твит пользователя @roseveleth // Twitter [Электронный ресурс] URL <https://twitter.com/roseveleth/status/532538957490561024> (17.04.2017)

²⁶Plante C. I don't care if you landed a spacecraft on a comet, your shirt is sexist and ostracizing // The Verge [Электронный ресурс] URL <http://www.theverge.com/2014/11/13/7213819/your-bowling-shirt-is-holding-back-progress> (17.04.2017)

²⁷Серветник М. Что такое сексуальная объективация и чем она опасна // Wonderzine [Электронный ресурс] URL <http://www.wonderzine.com/wonderzine/life/life-opinion/203025-sexual-objectification> (17.04.2017)

гендерный разрыв в оплате труда). Однако Д. Салтыков также обращает внимание, что с критикой данного явления легко переборщить, так как при интерпретации рекомендуется учитывать анализ аудитории. Некоторые вещи, как, например, античные скульптуры, не задумывались как репрезентирующие женское тело именно в таком качестве, но воспринимаются таким образом.

Более того, рядом с нереалистично-идеальными изображениями женщин находится проблема выискивания недостатков женщинами в собственном теле, нелюбви к себе и неоправданными ограничениями себя в еде, которые в некоторых случаях приводят к анорексии. Данная проблематика подробно рассматривается Н. Вульф в «Мифе о красоте»²⁸.

В целом, кейс с рубашкой можно квалифицировать как сложный, так как он вскрыл непонимание того, как вести феминистскую дискуссию, чтобы и защитить равноправие, и не дискредитировать себя. И если американские СМИ заняли разные позиции в освещении ситуации, то в российских инцидент трактовался однозначно в смысле «до чего феминизм довёл США». Но в США подобная дискуссия не появилась на пустом месте: дело в том, что тема о положении женщин в науке поднимается давно и является проблемной²⁹. Данный факт иллюстрирует затронутый в параграфе 1 тезис о том, что наложение волн феминизма и глобализация во многом ведут к непониманию его целей и задач. В России, как мы видим, дискуссия о рубашке вызвала недоумение по поводу того, что она вообще состоялась: для российских СМИ оказалось однозначным, что феминистки, мягко говоря, не правы. Причём однозначно

²⁸ Вульф Н. Миф о красоте: Стереотипы против женщин / пер. с англ. — М.: Альпина нон-фикшн, 2013.

²⁹ Inequality quantified: Mind the gender gap // Журнал Nature [Электронный ресурс] URL <http://www.nature.com/news/inequality-quantified-mind-the-gender-gap-1.12550> (17.04.2017)

осуждающую позицию заняли не только для такие СМИ, как «Аргументы и факты» (опубликован материал под названием «Женская инквизиция. Как феминистки портят детям Рождество и травят учёных»³⁰), но и у изданий, считающихся менее консервативными. «Медуза» опубликовала переводной материал под названием «Пришло время ответить феминисткам». Почему нападки на «сексистскую» рубашку ученого — это безумие: колонка The Federalist»³¹, Furfur в публикации «Слёзы Мэтта Тейлора и религиозный пыл феминизма»³² сравнил феминисток с религиозными фанатиками.

По мнению Георгия Биргера, результаты дискуссии являются неудовлетворительными для феминистского движения, которое усилиями всех сторон, показало себя глупым и категоричным³³. В ходе дискуссии не использовались аргументы о том, что заслуги человека в одной сфере никак не влияют на промах в другой, что нет причин для травли ни одной из сторон, что Мэтт Тейлор оказался виноват в том, что надел сексистскую рубашку, не зная, что она такой является, и не имея целью никого обидеть. Г. Биргер утверждает, что феминистскому движению также навредило то, что они не смогли объяснить, что задача феминисток не в том, чтобы что-либо запрещать (рубашки, принты), а если запрет нарушен, затравить нарушителя, а в том, чтобы цивилизованно объяснить, что рубашка сексистская и надевающий её должен это учитывать³⁴. Массово объяснить

³⁰Сидорчик А. Женская инквизиция. Как феминистки портят детям Рождество и травят учёных // Аргументы и факты [Электронный ресурс] URL <http://www.aif.ru/society/law/1415347> (17.04.2017)

³¹«Пришло время ответить феминисткам». Почему нападки на «сексистскую» рубашку ученого — это безумие: колонка The Federalist // Meduza [Электронный ресурс] URL <https://meduza.io/news/2014/11/18/prishlo-vremya-otvetit-feministkam> (17.04.2014)

³² Слёзы Мэтта Тейлора и религиозный пыл феминизма // Furfur [Электронный ресурс] URL <http://www.furfur.me/furfur/freedom/freedom/178223-kolonka-o-mette-teylore> (17.04.2017)

³³Биргер Г. Рубашка раздора // Wonderzine [Электронный ресурс] URL <http://www.wonderzine.com/wonderzine/life/life-opinion/202923-shit-shirt> (17.04.2017)

³⁴ Там же.

этого никто не смог, и поэтому возникает общее ощущение, что феминистки без разбора борются изображениями красивых женщин.

В 2015 году произошла другая история: популярное российское интернет-СМИ Meduza опубликовало материал «Как не быть сексистом в России», сопроводив анонс данной публикации на публичной странице «ВКонтакте» и в Twitter словами «инструкция, как не обижать тёлочек»³⁵, чем вызвало бурную реакцию пользователей в социальных сетях и даже публикации в других СМИ. Реакция пользователей часто сводилась к тому, что феминистки опять борются со словами. Это же ощущение возникает у большинства, когда феминистки поднимают вопрос феминитивов³⁶.

Например, после феминистской акции 8 марта 2017 года, когда в СМИ были разосланы не соответствующие действительности фотографии, в социальной сети Facebook под публикацией Леды Гариной о произошедшем, пользователь спросил у неё как у «организаторов», были или не были участницы акции на башне, на что одна из феминисток вместо ответа по существу написала «организаторок» (см. рис. 1 на стр. 21).

³⁵ Твит пользователя @meduzaproject // Twitter [Электронный ресурс] URL <https://twitter.com/meduzaproject/status/578564500355416064> (26.02.2017)

³⁶ Феминитив — слово женского рода, альтернативное или парное аналогичным понятиям мужского рода, относящимся ко всем людям независимо от их пола. По мнению некоторых феминисток и феминистов, современные языковые нормы способствуют дискриминации женщин и завышению значимости мужчин, в то время как задача феминитивов — восстановить гендерно-лингвистическое равенство // Словарь гендерных терминов [Электронный ресурс] URL <http://a-z-gender.net/feminitivy.html> (10.04.2017)

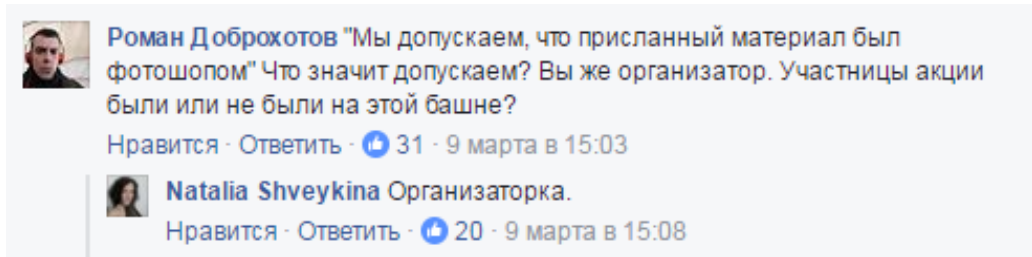


Рисунок 1. Комментарии под публикацией Леды Гариной³⁷

Впоследствии изображение этого диалога в контексте «вся суть современного феминизма» появлялось в комментариях практически к каждому обсуждению новостей об акции во «ВКонтакте» на публичных страницах РБК и «Медузы», также появилось на «Пикабу», др. юмористических сайтах, на сайте журнала Maxim и в «Живом журнале»³⁸.

Неоднозначность феминитивов заключается в том, что они, по мнению Ольги Северской³⁹ (кандидата филологических наук, ведущего научного сотрудника Института русского языка имени В. В. Виноградова РАН, автора и ведущей программы «Говорим по-русски!» на радио «Эхо Москвы») могут восприниматься инородно, потому что для множества слов в русском языке не сложилось формы женского рода (как в примере выше «организатор» и «организаторка»), но и в том, что, по мнению Марины Симаковой⁴⁰ (социального исследователя и критика культуры, редактора Openleft.ru) не сложилось общего мнения о том, выводят ли они женщин из «тени», созданной существительными мужского рода, маскируют ли проблемы действительного неравенства (от введения конкретного феминитива «директорка», женщин-директоров не станет

³⁷ Гарина Л. Публикация 09.03.2017 // Facebook [Электронный ресурс] URL https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=1351927928196958&id=100001392901051 (10.04.2017)

³⁸ Поиск по картинке // Google [Электронный ресурс] URL <https://goo.gl/VoHKWm> (10.04.2017)

³⁹ Пророкова М. Психология свободы: насколько «авторка» и другие феминитивы вписываются в правила русского языка? // Furfur [Электронный ресурс] URL <http://www.furfur.me/furfur/freedom/howitworks/217475-feminitivy> (10.04.2017)

⁴⁰ Там же.

больше) или подменяют действительные проблемы, с которыми борется феминистское движение.

В 2016 году дискуссия приобрела иной оттенок. После череды скандалов, связанных с высказываниями Дональда Трампа о женщинах, в том числе, произошедших и много раньше 2016 года⁴¹, в США и других странах люди вышли на массовую акцию под названием «Женский марш»⁴². В России в этом же году пользователи социальных сетей стали массово обсуждать темы насилия в рамках спонтанно появившегося флешмоба «ЯНеБоюсьСказать». В социальной сети «ВКонтакте» насчитывается 19 945 публикаций с русскоязычным вариантом хэштега, в Facebook посчитать количество публикаций невозможно. «Яндекс.Новости» выдают по русскоязычному хэштегу 648 сообщений, 218 статей, 18 интервью, 3 видео и 144 фотографии за всё время. Большую часть участников флешмоба составляли женщины разных возрастов, которые рассказывали о пережитом опыте впервые⁴³.

Кроме того, в мире моды стало популярно поднимать социальные вопросы: коллекция Dior весны-лета 2017 года называется We should all be feminists («Мы все должны быть феминистками»)⁴⁴, на осеннем показе

⁴¹ Trump recorded having extremely lewd conversation about women in 2005 // The Washington Post [Электронный ресурс] URL https://www.washingtonpost.com/politics/trump-recorded-having-extremely-lewd-conversation-about-women-in-2005/2016/10/07/3b9ce776-8cb4-11e6-bf8a-3d26847eed4_story.html (26.02.2017)

⁴² Женские марши в Вашингтоне и по всему миру. Что это было? // Meduza [Электронный ресурс] URL <https://meduza.io/feature/2017/01/22/zhenskie-marshi-v-vashingtone-i-po-vsemu-miru-cto-eto-bylo> (26.02.2017)

⁴³ Статистика по акции «ЯНеБоюсьСказать» // Школа союзников [Электронный ресурс] URL https://vk.com/page-107360438_51313882 (26.02.2017)

⁴⁴ Spring-summer 2017 campaign: We Should All Be Feminists // Dior Mag [Электронный ресурс] URL http://www.dior.com/diormag/en_us/article/spring-summer-2017-campaign-we-should-all-be-feminists (26.02.2017)

Prabal Gurung модели вышли в футболках с феминистскими надписями⁴⁵, а российское отделение Nike проводит кампанию «Сделана из...», которая борется против гендерных стереотипов⁴⁶.

Несмотря на всё вышеперечисленное, на выборах в Государственную Думу 2016 года только у партии «Яблоко» в программе был раздел, посвящённый гендерному равенству, отдельно прописано выравнивание доступа с социальным благам между мужчинами и женщинами, а также защита семьи и детства⁴⁷. У одного из лидеров внесистемной оппозиции и кандидата в президенты Алексея Навального в сокращенной версии предвыборной программы о гендерном равноправии не сказано ни слова⁴⁸.

8 марта 2017 года Дмитрий Медведев утвердил национальную стратегию в интересах женщин на 2017-2022 гг., нацеленную на улучшение положения женщин в России, обеспечение гендерного равенства и устранение дискриминационных барьеров⁴⁹. Стратегия направлена на улучшение экономического положения женщин, обеспечение роста их благосостояния, расширение участия в общественно-политической жизни и в принятии решений, а также предупреждение насилия в отношении женщин, создание условий для сохранения их

⁴⁵ Prabal Gurung Fall 2017 ready-to-wear // Vogue [Электронный ресурс] URL <http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2017-ready-to-wear/prabal-gurung/slideshow/collection#38> (26.02.2017)

⁴⁶ Nike: Из чего же сделаны наши девчонки? // Канал Nike Women на Youtube [Электронный ресурс] URL <https://www.youtube.com/watch?v=xifSHMbGSKI> (26.02.2017)

⁴⁷ Уважение к человеку. Предвыборная программа партии «ЯБЛОКО» [Электронный ресурс] URL <http://www.yabloko.ru/program> (10.03.2017)

⁴⁸ Базовые пункты предвыборной программы Алексея Навального [Электронный ресурс] URL <https://2018.navalny.com/platform/> (10.03.2017)

⁴⁹ Непеева Д. Медведев утвердил национальную стратегию в интересах женщин // РБК [Электронный ресурс] URL <http://www.rbc.ru/politics/08/03/2017/58bf9f649a7947c1b9f56082> (18.04.2017)

здоровья и преодоление стереотипов о социальных ролях женщины и мужчины⁵⁰.

Как мы можем видеть, национальная стратегия в интересах женщин ни в чём не противоречит умеренному феминизму. В данном случае задачей российского феминистского движения будет являться поддержка и участие в реализации данной стратегии. Однако не стоит забывать, что во многом проблемы дискриминации и гендерного разрыва обусловлены не столько наличием или отсутствием законодательной базы, сколько тем, что находятся обходные пути, позволяющие избежать исполнения официальных решений. Например, в уже упомянутой публикации «Ведомостей» приводятся данные о том, что гендерный разрыв обусловлен не только тем, что женщинам назначают меньшую зарплату, но и тем, что в целом стремятся не нанимать на высокооплачиваемые должности⁵¹.

Тем не менее, другие политические силы, как правило, игнорируют данные вопросы, и поэтому феминистские организации или движения должны создавать устойчивую феминистскую повестку.

Специфика существования феминизма по вопросам репродуктивной политики в России рассматривается в статье Мишель Ривкин-Фиш о концептуализации феминистских стратегий в контексте российской репродуктивной политики⁵², опубликованной в 2013 г.

Статья исследует следующие три вопроса:

⁵⁰Национальная стратегия в интересах женщин // Сайт Правительства России [Электронный ресурс] URL <http://government.ru/media/files/njlkIvH7WCvOIYRmcucV4jdNihEmTOUe.pdf> (18.04.2017)

⁵¹ Романова С. Российским женщинам платят на 30% меньше, чем мужчинам // Ведомости [Электронный ресурс] URL <http://www.vedomosti.ru/management/articles/2015/11/24/618007-rossiiskim-zhenschinam-platyat-30-menshe-chem-muzhchinam> (12.03.2017)

⁵² Rivkin-Fish M. Conceptualizing Feminist Strategies for Russian Reproductive Politics: Abortion, Surrogate Motherhood, and Family Support after Socialism // Signs Vol. 38, No. 3 (Spring 2013) — The University of Chicago Press — с. 569-593.

1. Как соотносятся понятия личной автономии и частной жизни с исторически сложившимися формами подчинения в репродуктивной сфере?
2. В какой мере понятия личной автономии и частной жизни являются культурно значимыми, взаимодействуют со сложившимися ценностями и могут ли они приводить к прогрессивным изменениям в репродуктивных вопросах?
3. Каким образом необходимо концептуализировать феминистскую политику в социальной сфере?

В статье утверждается, что феминистская риторика должна сохранять своё критическое отношение к исторически сложившемуся практикам доминирования, распространённым как в период советской власти, так и в период новой российской власти. Данное положение феминистского движения частично соответствует либеральному феминизму (особенно касаясь позиции по вопросам индивидуальной автономии и частной жизни) при наличии внимания к вопросу ценности работы, связанной с заботой и уходом, как к вопросу справедливости. С учётом данных положений современному российскому феминистскому движению необходимо провести дополнительную работу по формулированию и уточнению своих целей и задач с учётом российской специфики.

Рассмотрим специфику российских реалий на примере репродуктивной политики и прерывания беременности. По М. Ривкин-Фиш, идея о том, что женщина имеет право самостоятельно решать все вопросы, связанные с её телом, определённо, существует в России. Данный тезис подтверждается и исследованием Левада-центра об отношении к

абортам⁵³. Результаты исследования показали, что россияне, как правило, считают, что аборт нужно оставить на усмотрение людей, которых они касаются, а бороться за численность населения нужно с помощью незапретительных методов, а, например, увеличением пособия по уходу за ребёнком. Для феминистского движения вопрос о доступности прерывания беременности является важным, так как беременность и рождение ребёнка значительно влияет на жизнь женщины: может угрожать здоровью женщины, подвергать финансовому риску, помешать получению образования и сказаться на всём уровне жизни, кроме того, сам ребёнок может родиться с инвалидностью или особенностями развития⁵⁴ и т. д., — и оно поддерживает точку зрения о том, что необходимо заниматься сексуальным просвещением (чтобы сократить количество нежелательных беременностей), а также создавать такие условия жизни и социальные гарантии, чтобы женщины сами не захотели делать аборт, а сами аборт нужны, как минимум, пока этого не произошло⁵⁵.

В статье делается вывод о том, что феминистское движение вынуждено отстаивать сохранение репродуктивных прав за женщинами, так как либеральные понятия личной автономии и частной жизни не будут считаться достаточным моральным основанием для сохранения этих прав в условиях всё более распространяющегося влияния Русской Православной Церкви и её негативного отношения к абортам. А также тревога по поводу демографического кризиса в России дополнительно

⁵³Отношение к абортам // Пресс-выпуск 20.03.2017 — Левада-центр [Электронный ресурс] URL <http://www.levada.ru/2017/03/20/reproduktsiya-i-aborty/> (23.03.2017)

⁵⁴Приведённые и другие социальные риски перечислены в работе Rivkin-Fish M. Conceptualizing Feminist Strategies for Russian Reproductive Politics: Abortion, Surrogate Motherhood, and Family Support after Socialism.

⁵⁵Никонова Н. Почему вывод аборт из системы обязательного страхования аморален // Wonderzine [Электронный ресурс] URL <http://www.wonderzine.com/wonderzine/life/life-opinion/204043-save-our-souls> (18.04.2017)

оппонирует феминистской риторике. Поэтому феминистским движениям необходимо использовать данные исследований о том, как сказывается запрет абортс демографической ситуации: по свидетельству Виктории Сакевич, старшего научного сотрудника Института демографии НИУ ВШЭ, рождаемость в Польше, несмотря на введение запрета аборта в 1993 году, продолжила свое снижение и упала в 2003 году до одного из самых низких показателей в мире (1,2 рождений в среднем на одну женщину)⁵⁶. Открытые данные о рождаемости по странам в Google это подтверждают⁵⁷.

Стоит отметить, что для государства предпочтительно, чтобы женщины занимались одновременно двумя взаимоисключающими вещами: работали и рожали детей, и этим вызвана некоторая противоречивость государственной политики. С одной стороны, для экономики требуется, чтобы женщина работала и платила налоги. С другой стороны, женщина должна заниматься продолжением рода как можно активней, чтобы улучшить демографическую ситуацию и, следовательно, определенное время не работать. Поэтому ей могут навязываться «традиционные ценности», в рамках которых семья важнее личного роста или карьеры. Любое политическое решение в данной области будет сталкиваться с приведённой дилеммой.

Таким образом, во втором параграфе удалось узнать, что в России сложилась неблагоприятная ситуация с соблюдением прав человека, а общество больше волнуют денежные вопросы, чем вопросы гражданских прав. Тем не менее, феминизм нужен, чтобы решать в том числе и вопросы

⁵⁶ Страховская О. Чем грозит запрет бесплатных абортов // Wonderzine [Электронный ресурс] URL <http://www.wonderzine.com/wonderzine/life/life-opinion/196305-right-to-choose> (18.04.2017)

⁵⁷ Fertility rate // Google [Электронный ресурс] URL <https://goo.gl/H0xwVV> (18.04.2017)

благополучия женской части населения и отстаивать возможность женщин распоряжаться своим телом самостоятельно.

В поле общественного дискурса, как правило, попадают только самые простые вопросы, которые поднимают феминистки: недовольство по поводу использования определённых слов или изображений женского тела. Причём формирующийся дискурс не показывает, что феминистское движение, может вести взвешенный диалог. В 2016 году состоялось первое массовое обсуждение проблемы насилия, в котором приняло участие значительное количество пользователей социальных сетей, большая часть которых — женщины, и это первый случай, когда феминистскому движению удалось привлечь внимание общества к существующим проблемам.

После того, как мы узнали, какова специфика функционирования феминистского движения в современной России, в следующем параграфе мы перейдём к ответу на вопрос, кто входит в целевые группы общественности феминистского движения в России.

§3 Анализ целевых групп общественности феминистского движения

При изучении вопроса, кто является сторонницами(-ками) феминизма по всему миру, мы обратились к исследованиям, которые были проведены компанией Ipsos в 2014 году. Информация о феминистках и феминистах в России была найдена в исследовании 2012 года Фонда «Общественное мнение», а также в исследовании Пановой И.Г. и Якъевой М.С. об отношении к феминизму (2014 г.).

Итак, по данным Ipsos, доля мужчин и женщин по всему миру, которые в 2014 году идентифицировали себя как феминисты и

феминистки, составляла 19% для женщин и 14% для мужчин, общее количество феминистов и феминисток — 17%⁵⁸. Следовательно, мужчин-феминистов на несколько процентов меньше, чем женщин-феминисток, но в целом по миру их в равной степени немного, и разницу нельзя назвать существенной.

При распределении феминистов и феминисток по странам, мы видим следующую ситуацию: наибольшее число таких людей живёт в Италии (74%), Аргентине (65%) и Франции (62%). Меньшее количество феминистов и феминисток среди стран, принимавших участие в исследовании, приходится на Венгрию (42%), Японию (37%) и Германию (31%). В целом, даже в странах с меньшим числом феминистов и феминисток их по-прежнему больше четверти населения⁵⁹.

Поскольку суть феминизма заключается в убеждении, что женщины и мужчины должны обладать равными правами, а далеко не все люди, поддерживающие равенство полов, задумывались о том, что их взгляды носят феминистский характер, нас будет интересовать также доля людей, которые поддерживают или верят в подобное равенство, но феминистами и феминистками по каким-то причинам себя не называют. Количество людей, идентифицирующих себя как феминистов или феминисток значительно меньше, чем людей поддерживающих основную идею

⁵⁸ Международный опрос Ipsos, 15 стран, февраль 2014 г., количество респондентов 12,047, 18-64 года. Share of men and women who define themselves as feminist 2014 // Statista [Электронный ресурс] URL <https://www.statista.com/statistics/312255/define-self-feminist-advocates-supports-equal-opportunities-women/> (10.10.2016)

⁵⁹ Международный опрос Ipsos, 15 стран, февраль 2014 г., количество респондентов 12,047, 18-64 года. Would you define yourself as a feminist — someone who advocates and supports equal opportunities for women? // Statista [Электронный ресурс] URL <https://www.statista.com/statistics/312161/define-self-feminist-advocates-supports-equal-opportunities-women/> (10.10.2016)

феминизма в каждой исследуемой стране⁶⁰. То есть феминистские идеи и ценности более популярны, чем сам феминизм.

Представления россиян о феминизме исследовал Фонд «Общественное мнение» в августе 2012 по 43 субъектам Российской Федерации, в 100 населенных пунктах. Количество респондентов составило 1500⁶¹.

По данным исследования, большинство россиян связывают реальное или предполагаемое будущее девочек-подростков с хорошей работой (46%), а не удачным замужеством (37%), хотя доля вторых относительно высока, остальные затруднились с ответом.

Чаще других ответ «хорошая работа» давали следующие респонденты: люди, принадлежащие возрастной группе 31-45 лет, 18-30 лет, с ежемесячным доходом больше 20 000 рублей (максимально возможный вариант заработка по опросу). Исходя из данных результатов, можно утверждать, что к идеям феминизма расположены люди с достаточно высоким уровнем заработка, средних лет и молодежь.

Половина респондентов считает, что у мужчин и женщин равны возможности реализовать свои права, а также наименьшая часть россиян ответила, что у женщин больше возможностей реализовать свои права, чем у мужчин (12%).

На вопрос о том, равные ли у мужчин и женщин возможности при продвижении на службе по мнению респондента, большинство (48%) респондентов выражают мнение, что у мужчин таких возможностей

⁶⁰ Международный опрос Ipsos, 15 стран, февраль 2014 г., количество респондентов 12,047, 18-64 года. Do you believe in equal opportunities for men and women in all areas, based on their competency and not their gender? // Statista [Электронный ресурс] URL <https://www.statista.com/statistics/312274/believe-equal-opportunities-treatment-men-women-based-competency/> (10.10.2016)

⁶¹Женщина – тоже человек: представления россиян о феминизме // Фонд «Общественное мнение» [Электронный ресурс] URL <http://fom.ru/TSennosti/10611> (10.10.2016)

больше, 32% респондентов ответили, что возможности равны. Ещё 20% респондентов затруднились с выбором ответа, что является довольно большой долей людей, которые, вероятно, никогда не задумывались над этим вопросом. Различие между данным вопросом и ответам на него и предыдущим вопросом иллюстрирует ситуацию, когда законодательно у женщин действительно много прав, а служить в армии они, в отличие от мужчин, не обязаны, однако реализовывать свои права женщинам труднее мужчинам.

Следующие два вопроса, заданные в опросе, наконец, напрямую касаются феминизма. Большинство респондентов (38%) услышали слово «феминизм» впервые в ходе опроса, 31% опрошенных это слово знают, 23% — слышали. К сожалению, результаты не позволяют нам судить о том, что именно респонденты, ответившие, что знают слово «феминизм», вкладывают в его значение — возможно, что значение этого слова закрепилось у них ошибочно.

Большая часть респондентов, которые знают или слышали о понятии «феминизм» относятся к феминизму безразлично (29%). Однако тех, кто относится к этому явлению отрицательно (12%), больше, чем тех, кто относится к феминизму положительно (8%), хотя и ненамного.

Респонденты относятся к феминизму положительно, потому что он является движением за равноправие женщин (4% относительно всех опрошенных), также потому что женщины превосходят мужчин по личностным качествам и количеству выполняемой работы (2%) и потому что у женщин должно быть больше возможностей делать карьеру, активно участвовать в общественно-политической жизни (1%). 92% респондентов вопрос не задавался.

Респонденты относятся к феминизму отрицательно, в свою очередь, так как мужчина должен быть главным в семье, а женщина должна подчиняться (3%), так как это глупость или просто не нравится (2%), так

как у мужчин и у женщин разные обязанности (1%, речь идёт о гендерном делении ролей, появившемся в 1950х и упомянутом в 1 параграфе), так как женщина должна заниматься домом и детьми (1%) и так как преимуществ не должно быть ни у кого (1%). 88% респондентов на вопрос не отвечали.

В исследовании Пановой И. Г. и Якъевой М. С. анализируется отношение российского общества к феминизму⁶². Были опрошены молодые люди в возрасте 16-40 лет, которые, как нам известно из результатов предыдущего исследования, наиболее склонны поддерживать феминизм среди всех прочих, живущие в России, обоих полов. Авторы исследования опросили 125 человек по выборочной совокупности, из которых 39,2% мужчин и 60,8% женщин, 68,8% в возрасте 16-20 лет и 28% в возрасте 20-30 лет. Таким образом, в исследовании приняло участие достаточно небольшое количество человек, особенно мужчин, а также людей в возрасте 30-40 лет, поэтому к полученным результатам нам следует относиться с осторожностью. Мы выбрали только те результаты, которые представляют для нас интерес с точки зрения дальнейшего анализа целевых групп общественности.

На вопрос о том, у кого, по мнению респондента, больше возможностей по продвижению по службе: у женщин или мужчин, половина респондентов (52,8%) ответили, что у мужчин. Можно сказать, что половина респондентов признаёт фактическое неравенство, существующее между людьми противоположного пола.

Среди респондентов 64% оказалось знакомо с понятием феминизма, 30,4% такой термин слышали, но что это такое, не знают, 5,6% опрошенных услышали слово «феминизм» впервые.

⁶² Панова И. Г., Якъева М. С. Отношения к феминизму // Электронный вестник Ростовского социально-экономического института — Выпуск №3 (июль-сентябрь) — 2014 г. — с. 307-320.

По данным результатам можно сказать, что как минимум 36% опрошенных не знают, что представляет из себя феминизм. Однако по 64% респондентов, ответивших, что они знакомы с данным термином, мы по-прежнему не можем определить, действительно ли они знают, каким смыслом обладает термин. Нельзя исключать, что эти люди могли спутать феминизм с мизандрией, то есть ненавистью к мужчинам, или со стремлением установить матриархат. К сожалению, авторы исследования не предложили респондентам определить смысл данного термина, а значит, из результатов данного опроса мы можем вынести только то, что сам термин, люди, как правило, слышали. Если соотносить результаты, полученные в обозначенных ранее исследованиях, то можно сказать, что количество хотя бы немного осведомлённых о понятии людей, увеличилось с 2012 года к 2014.

Большинство (45%) опрошенных равнодушно к феминизму. Количество относящихся к нему положительно и отрицательно примерно равно.

Респонденты указали следующие причины положительного отношения к феминизму: большинство респондентов (37,6%) затруднились с ответом; 32,8% относятся к феминизму положительно, потому что он подталкивает людей делать свободный выбор относительно своего жизненного пути. 26,4% ответивших считают, что женщин надо защищать и беречь; 20% нравится феминизм, так как он борется за равноправие женщин и мужчин, а 14,4% респондентов (наименьшее количество) считают, что женщины должны обладать большими карьерными возможностями и активно участвовать в общественно-политической жизни. Частично приведённые причины совпадают с указанными респондентами в исследовании ФОМ.

Относительно причин негативного отношения респонденты высказались следующим образом. Наибольшее количество участников

опроса (40%) снова затруднились с ответом. 28,8% считают, что у женские и мужские обязанности должны быть чётко разделены, 20% добавило, что преимуществ не должно быть ни у мужчин, ни у женщин (можно предположить, что эта группа респондентов относилась бы к феминизму нейтрально или положительно, если бы была осведомлена, что феминизм как раз за это борется). Ещё 20% опрошенных выступает за так называемые традиционные ценности, то есть относятся к феминизму отрицательно, так как мужчина должен быть главным в жизни и семье, а женщина должна ему полностью подчиняться. 16% респондентов снова заявили, что прямая обязанность женщины — это семья и дом, а оставшимся 12,8% феминизм не нравится без конкретной причины, он кажется им глупостью. Снова мотивировки очень похожи на полученные ФОМ.

Исходя из полученных результатов можно утверждать, что феминизм бы обрел большее количество сторонников, если бы смог донести свою суть и идеи в понятной форме до людей, которые относятся к нему отрицательно по причине заблуждений и недостаточных знаний. Благоприятным результатом является то, что никто из респондентов не указал, что относится к феминизму отрицательно, так как феминистки просто некрасивые и/или несчастные женщины (во времена Наоми Вульф это было весьма распространено). Подобные взгляды являются достаточно вредным мифом, с которым мы, как ни странно, не столкнулись в ходе исследования. Это может быть связано с тем, что в российском обществе, как мы увидели в параграфе 2 настоящей главы, в большей степени распространено мнение, что феминистки глупые или злые, а не некрасивые. Распространение интернета также позволяет увидеть, что феминистки, как члены любой большой группы, сформированной случайным образом, разные, и какого-либо единого внешнего облика у феминисток нет.

Из всего вышеперечисленного можно сделать следующие выводы. Так как самая многочисленная группа общественности по обоим исследованиям отношения к феминизму в России — люди, относящиеся к феминизму нейтрально и/или не знающие о том, что он из себя представляет, российской феминистской организации необходимо сосредоточиться на работе с ней, не забывая и о работе с группами людей, которые уже относятся к феминизму положительно. Как правило, это люди с относительно высоким уровнем достатка, средних лет или молодые. Потенциал расширения лояльных групп кроется особенно в работе с молодыми людьми, так как среди них по некоторым причинам меньше самоопределившихся сторонников, чем в возрастной группе людей средних лет.

Из работы с группами общественности также не стоит исключать мужчин, потому что среди них сторонников феминизма ненамного меньше, чем среди женщин. Представительницам некоторых ветвей феминизма такое предложение показалось бы неуместным, однако, по нашему мнению, феминистская идеология направлена на изменение устройства мира в справедливом ключе, а это значит, что с достижением этой цели несовместимо стремление исключить из взаимодействия примерно половину людей, в этом мире живущих.

Кроме того, феминистские ценности разделяет большее число людей, чем тех, кто называет себя феминисткой или феминистом, поэтому при продвижении организаций упор необходимо делать на ценности равных прав и возможностей, обращения внимания на проблему насилия над женщинами, гендерным разрывам в оплате труда и пр., и только потом на непосредственно феминизм.

В следующем параграфе мы рассмотрим современную российскую феминистскую организацию в качестве базисного субъекта PR.

Глава 2. Коммуникационное сопровождение деятельности феминистских организаций на примере российской и американской организаций

§1 Left-fem как базисный субъект PR

Нам не удалось обнаружить в России сколько-нибудь заметную феминистскую организацию, зарегистрированную как НКО. Единственным типом действующих некоммерческих организаций, отчасти связанных с феминизмом являются кризисные центры и центры помощи женщинам, пережившим насилие (например, Центр помощи пережившим сексуальное насилие «Сёстры»⁶³). Однако данные организации не являются феминистскими в чистом виде, так как не пытаются противодействовать самому насилию, работая с женщинами, которые его уже пережили. Более того, круг проблем, которые выделяют феминистки, не ограничиваются проблемами насилия (см. первый параграф первой главы).

По данным причинам определение некоммерческой организации в поиске феминистской организации, которая могла бы рассматриваться в настоящей работе как базисный субъект PR, не является для нас в полной мере подходящим.

Согласно определению, данному на ресурсе «Академик» dic.academic.ru, организацией будет являться, в числе прочего, объединение людей, совместно реализующих некоторую программу или цель и действующих на основе определённых процедур и правил⁶⁴.

⁶³ Сёстры. Центр помощи пережившим сексуальное насилие [Электронный ресурс] URL <http://sisters-help.ru/about.html> (25.03.2017)

⁶⁴ Определение организации // Академик [Электронный ресурс] URL http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/2899/ОРГАНИЗАЦИЯ (25.03.2017)

В таком случае, феминистская группа Left-fem может считаться организацией и быть рассмотренной нами в качестве базисного субъекта PR.

Итак, Left-fem или «Лево-феминистская группа» — это объединение людей, занимающихся активистской и просветительской феминистской деятельностью. Группа, по словам организаторов, ставит перед собой следующие цели: во-первых, популяризация левого феминизма, во-вторых, постановка проблем власти, насилия, угнетения и эксплуатации, а также поиск их решения, и в-третьих, консолидация сил женщин и мужчин вокруг решения обнаруженных проблем. Для достижения заявленных целей группа проводит лекции, кинопоказы, фото- и видеопроекты, готовит комиксы, тексты, переводы, распространяет кино, рецензии, книги, статьи и другую информацию⁶⁵. Группа действует в Санкт-Петербурге⁶⁶, а также имеет отделение в Нижнем Новгороде, деятельность которого в рамках данной работы рассматриваться не будет. «Лево-феминистская группа» имеет публичную страницу в социальной сети «ВКонтакте» и Facebook⁶⁷, а также канал на YouTube⁶⁸.

Деятельность, которая ведётся в различных социальных сетях не является самостоятельной. Публикации публичной страницы во «ВКонтакте» и на Facebook пересекаются, однако на Facebook их меньше (исключаются публикации, где во «ВКонтакте» делается репост, а на Facebook аналогичный репост сделать нельзя), а канал на Youtube используется в большей степени в качестве хостинга, видео, размещённое

⁶⁵ Left-fem // «ВКонтакте» [Электронный ресурс] URL <https://vk.com/leftfem> (20.04.2017)

⁶⁶ Феминистские группы в разных регионах и городах России // Феминистская Россия [Электронный ресурс] URL <http://femrussia.ru/groups> (20.04.2017)

⁶⁷ Left-fem // Facebook [Электронный ресурс] URL <https://www.facebook.com/leftfem/> (20.04.2017)

⁶⁸ Left-fem // YouTube [Электронный ресурс] URL <https://www.youtube.com/channel/UChuH4bc8pVpZYdBCN57HEEA> (20.04.2017)

на канале, публикуется на той же странице «ВКонтакте», поэтому целесообразно анализировать контент публичной страницы во «ВКонтакте».

Подписчиками публичной страницы Left-fem во «ВКонтакте» на 21.04.2017 являлось 4 547 человек. Нами проанализированы подписчики данного сообщества по критериям возраста, пола и указанного места жительства с помощью соответствующих сортировочных фильтров в социальной сети. По результатам анализа, 76% подписчиков составляют женщины, 24% — мужчины. Самой многочисленной возрастной группой подписчиков публичной страницы являются люди в возрасте 18-30 лет (69%), второй по многочисленности группой являются люди в возрасте 31-45 лет (16%), и люди до 17 лет составляют 5% участников группы. Наибольшая доля мужчин-подписчиков появляется в возрастной группе 31-45 лет (27%).

В качестве стран проживания подписчики группы указывают Россию (77%), Беларусь (3%), Казахстан (1%). Большая часть подписчиков указала в качестве города проживания Санкт-Петербург (26%), второй по частоте встречаемости город проживания у подписчиков публичной страницы — Москва (19%), в других городах миллионерах проживает ещё 10% участников публичной страницы Left-fem.

Таким образом, можно увидеть, что несмотря на то, группа считается петербургской, большую часть (74%) её подписчиков составляют не петербуржцы. В 74% непетербуржцев входят люди, в основном, из других крупных городов России. Данный факт может отрицательно сказаться на деятельности группы в случае, если будет планироваться офлайн-акция — заметное количество людей без дополнительного продвижения на него прийти не сможет, так как участники группы рассеяны не только по России, но и по другим странам. Кроме того, можно обнаружить тенденцию к увеличению внимания и заинтересованности феминизмом у

мужчин к 31-45 годам. Результаты анализа состава участников данной публичной страницы также подтверждают выявленные в третьем параграфе первой главы группы, наиболее лояльные по отношению феминизму. К сожалению, данные группы «Лево-феминистская группа» пока не расширила, так общее число участников остаётся сравнительно небольшим даже в пределах одного Санкт-Петербурга.

Причины сложившейся ситуации нами было решено выявить с помощью контент-анализа рассматриваемой публичной страницы, так как при подписке на публичную страницу контент играет определяющую роль. Нами рассмотрены публикации группы Left-fem за период с 20.02.2017 по 20.04.2017. Всего проанализировано 34 записи, составляющие контент публичной страницы, по параметрам темы публикации, её жанра, типа (анонс, новостная заметка, комикс и пр.), формата (текст, изображение, ссылки на сторонние ресурсы и пр.), даты и времени, а также отклик. Полные результаты контент-анализа приведены в приложении 1.

В целом, публикации на странице «Лево-феминистской группы» «ВКонтакте» выходят раз в один-два дня. Как правило, больше одной публикации в течение дня на странице не выходит. Большая часть публикаций производится вечером (47%) или днём (35%).

Количество просмотров только одной публикации рассмотренного периода времени превысило количество подписчиков публичной страницы (4 547 человек на 21.04.2017). Публикацию, в тексте которой рассматривается неоднозначность рекламы Nike с заложенным в неё феминистским месседжем, видело 6,9 тысяч человек. Эта же публикация набрала наибольшее количество отметок «мне нравится» (170 отметок) среди публикаций страницы за указанный период. Вторую и третью по количеству просмотров публикацию указанного периода времени видело 3,7 тысяч человек, из которых 49 поставило отметку «мне нравится», и 3 тысячи человек, из которых 85 поставило отметку «мне нравится»

соответственно. Также к одной из наиболее популярных публикаций по количеству отметок «мне нравится» указанного периода времени относится публикация об акции участниц сообщества на День рождения группы.

Таким образом, отрыв публикации о рекламе Nike является существенным в рамках осуществляемой группой коммуникации. Причины подобного отрыва могут заключаться в том, что данная публикация является редкой для сообщества публикацией, относящейся к жанру эссе, и единственная рассматривает конкретную актуальную единицу массовой культуры — рекламный ролик популярного бренда. Второе эссе — об антимилитаризме — приурочено к 23 февраля и также получило сравнительно большой отклик. Относительно отклика о проведённой участницами группы акции можно утверждать, что подписчиками сообщества одобряются активные действия такого типа.

В целом же можно утверждать, что отклик на публикации сообщества является небольшим. Просмотры каждой отдельной публикации колеблются на уровне одной тысячи просмотров, что составляет менее четверти от общего числа подписчиков группы.

Формат всех рассматриваемых публикаций можно назвать удачным, так как сочетает в себе как текст, так и визуальные материалы (особенность презентации ссылок во «ВКонтакте» заключается в том, что вместе со ссылкой выдаётся заголовок текста и картинка), поэтому можно предположить, что проблема низкого уровня отклика заключается не в формате подачи, а также не в регулярности появления постов, так как они появляются достаточно регулярно.

Наиболее часто встречающимися темами публикаций у «Левоемнистской группы» является патриархат, положение женщины в различных обществах и сам феминизм (рассказы о женских движениях, их деятельности, истории феминизма). Реже встречаются темы образования (в

том числе, феминистская теория), «репрессий» по отношению к активистам различных движений, а также сексизма и насилия. Так, большая часть публикаций констатирует оцениваемое как плохое положение вещей и создаёт негативную повестку.

По критерию жанра наиболее часто на публичной странице Left-fem встречаются информационно-новостные жанры, то есть заметки, анонсы и отчёты о мероприятиях (по цели публикации напоминающие релизы-анонсы и пост-релизы), затем — фильмы, затрагивающие женский вопрос, и одностраничные комиксы о капитализме. Комиксы относятся к авторскому контенту, созданному специально для публикации «Левифеминистской группы», однако они не вызывают какого-либо выдающегося отклика по отношению к себе.

На наш взгляд, это происходит по нескольким причинам. Во-первых, конкретным сюжетом комикс обладает весьма условно: есть краткая завязка, данная в 2016 году, и предположительно присутствует развязка, которая ещё не была опубликована. Но та часть, которая композиционно должна была отойти основному действию, действия не содержит: каждая «страница» комикса состоит из перечисления того, что из себя представляет капитализм в крайних и сильно упрощённых проявлениях (например, «Капитализм — это когда самолёты падают, потому что пилотам увеличивают смены, и они работают на износ»⁶⁹). Содержание комикса, на наш взгляд, является второй причиной, по которой комикс не стал популярным даже среди подписчиков публичной страницы: суждения о капитализме спорны. В суждении не учтены структуры, ограничивающие капитализм — профсоюзные организации и государство, в определённой степени регулирующие капиталистическую экономику.

⁶⁹Arkata и рубрика «Что такое капитализм?» // ВКонтакте [Электронный ресурс] URL https://vk.com/photo-67522529_422838553 (04.05.2017)

В целом, преобладание информационно-новостных жанров не является полностью неудачным решением для ведения феминистской публичной страницы, однако подобные публикации обладают гораздо меньшим потенциалом для вовлечения аудитории: приглашению её к участию в дискуссии, общению и пр. Об этом свидетельствует, как правило, ровная реакция подписчиков на публикации подобных жанров. По результатам проведённого анализа, фильмы воспринимаются подписчиками лучше, их смотрят больше и ставят больше отметок «мне нравится».

Также вовлечению не способствует отключённая возможность оставлять комментарии к публикациям. При рассмотрении данного нюанса следует учитывать, что публичная страница ведётся активистами, которые не получают заработка с помощью собственно ведения данной страницы и, следовательно, временные ресурсы которых ограничены. Так, администраторам сообщества при открытой возможности комментировать публикации, пришлось бы тратить значительное количество сил и времени на работу с негативными комментариями и разъяснения своей позиции. В то же время, отсутствие или недостаточность подобной работы, на наш взгляд, вредит и рассматриваемой «Лево-феминистской группе», и российскому феминистскому сообществу в целом.

«Лево-феминистская группа» формирует контент на своей публичной странице «ВКонтакте» таким образом, что предлагает ознакомиться с, как правило, плохими новостями о положении женщин, к примеру, или углубиться в феминистскую теорию, то есть понять контент подобного рода только те люди, которые чётко и осознанно разделяют идеи феминизма, которых, как мы выяснили в параграфе 3 первой главы, немного. Работа, в первую очередь, с неопределившимся отношением к феминизму и его проблематике группами, практически не ведётся. Попытки дать разъяснения относительно простым вещам встречаются

подписчиками положительно, как мы увидели на примере с самой популярной публикации указанного периода о рекламном ролике Nike. Однако подобных публикаций производится недостаточное количество. Кроме того, положительно воспринимаются фильмы о женщинах длительностью от часа и более, также обладающие большей конкретной информацией, а также образностью и конкретной историей.

Можно сказать, что «неопределившейся» целевой группе Left-fem не хватает конкретики, знания основ для ориентации в феминизме: что не так здесь и сейчас, что нужно изменить, каким образом и на основании чего. «Лево-феминистская группа» не предлагает конкретных действий, только информацию, зачастую являющейся излишней.

Остальные целевые группы общественности, на работу с которыми направлена Left-fem, составляют люди, разделяющие феминистские идеи из Петербурга, представители других феминистских движений, объединений или групп (например, Швемы), а также представители органов государственной власти, в частности, законодательной. С первой из названных групп «Лево-феминистская группа» взаимодействует посредством страниц в социальных сетях, в частности и в большей степени, во «ВКонтакте», со второй группой — посредством личных коммуникаций и проведения совместных проектов и акций, с третьей — с помощью массовых акций и пикетирования.

Следует отметить, что «Лево-феминистская группа» сосуществует в социальной сети «ВКонтакте» со многими публичными страницами феминистской направленности, и если страницы движений и групп являются менее многочисленными по сравнению с Left-fem, то публичные страницы общefеминистской направленности, не связанные ни с каким конкретным движением, бывают и намного более популярными. На наш взгляд, опыт публичных страниц общefеминистской направленности как в

определённом смысле конкурентный также необходимо рассмотреть в рамках настоящего исследования.

Результаты анализа страниц общепрофессиональной направленности находятся в приложении 2. В качестве объекта анализа мы отобрали 25 публичных страниц в социальной сети «ВКонтакте» с количеством участников не менее трёх тысяч, так как это даст возможность сравнить опыт более популярных публичных страниц. Верхняя планка по количеству участников нами не задаётся.

В целом, сообщества развлекательного, информационного, просветительского типа, а также сообщества, посвященные общению и взаимопомощи, пользуются большей популярностью среди подписчиков, чем региональные страницы феминистских движений (в качестве базисного субъекта PR в настоящей работе рассматривается наиболее популярное по количеству подписчиков сообщество, на которое 21.04.2017 было подписано 4 547 человек). Самым популярным сообществом является Body Positive ♥ Бодипозитив с 65,093 участниками. Наименее популярное сообщество из представленных выделять не следует, так как мы самостоятельно определили нижнюю планку включённых в анализ сообществ, в то время как существуют также и менее популярные сообщества, которые не вошли в анализ.

По типу контента среди выделенных сообществ чаще всего встречаются информационные (46%), вторым по частоте типом контента является развлекательный (38%).

Наиболее популярные сообщества по количеству подписчиков — Body Positive ♥ Бодипозитив (65,093 участника), Fight Like a Girl (40,543), shut up your sexist mouth up (31,357 участников), love yourself (27,252 участника) и Check Your Privilege (23,850 участников). Четыре из пяти данных сообществ четыре («Бодипозитив», Fight Like a Girl, love yourself и Check Your Privilege) имеют позитивную повестку и призывают к

объединению и консолидации между женщинами, а также к любви к себе и принятию своего тела. Пятое сообщество функционирует на основе историй, предлагаемых подписчиками, которые, как правило, рассказывают о негативном опыте.

Среднее количество подписчиков в развлекательных сообществах — 17 159 человек, а среднее количество подписчиков в информационных сообществах — 13 083 человек (округлено до целого).

Так, можно сделать вывод, что развлекательные сообщества привлекают большее количество подписчиков в силу лёгкости контента, так как не все люди готовы заходить в социальные сети, чтобы испортить себе настроение, а информационные публичные страницы являются более распространёнными в количественном плане, так как жанр подобных страниц предположительно легче всего соблюдать в силу отсутствия необходимости генерации собственных информационных поводов, а также существует запрос на дополнительную информацию о феминизме.

Таким образом, можно говорить о том, что коммуникационная деятельность Left-fem ведётся, в основном, рамках социальных сетей, образовательных мероприятий и — реже — уличных акций. Публичная страница «ВКонтакте» является основным каналом коммуникации группы с общественностью, ведётся регулярно и использует сообщения в информационно-новостных жанрах, реже — аналитических, также тяготеет к глубокому образованию общественности относительно феминистской теории и акцентирует внимание общественности на определённые аспекты жизни женщины с помощью кино. Наиболее популярными темами, которые освещаются Left-fem, является тема патриархата, положения женщины в различных обществах и самого феминизма. Формируемую сообществом повестку можно охарактеризовать как в большей степени негативную.

Сообществом не ведётся какого-либо массового диалога со своей общественностью: не проводится массовых онлайн-акций, инициаций общения с подписчиками, возможность комментирования постов отключена.

Сообщество предпринимает попытки использования образов и историй для продвижения феминистских идей, однако ему не в полной мере это удаётся. Так, комикс о патриархате кажется нам переносом неоднозначных суждений в графический формат без добавления образности и какого-либо сюжета, что демонстрирует несовпадение заявленному жанру.

Удачными с точки зрения коммуникации с общественностью кажутся популярные сообщества общепатриархальной направленности. Данные сообщества обладают существенно большим количеством подписчиков, формируют позитивную повестку с помощью развлекательного или информационного контента.

В следующем параграфе мы рассмотрим опыт зарубежной феминистской организации на примере американской организации NOW.

§2 Коммуникационное сопровождение деятельности феминистской организации NOW

National Organization for Women (NOW) — это американская феминистская организация, основанная в 1966 году. Организация обладает 550 представительствами во всех 50 штатах США и Вашингтоне (округ Колумбия), где у организации находится штаб-квартира⁷⁰.

⁷⁰ National Organization for Women [Электронный ресурс] URL <http://now.org/about/> (05.05.2017)

Данная организация выбрана нами для рассмотрения по нескольким причинам. Во-первых, для феминистского движения США остаются актуальными многие проблемы, характерные для России, например, проблема гендерного разрыва в оплате труда: женщины зарабатывают 82 цента на каждый доллар, заработанный мужчиной⁷¹. Так, опыт феминистской организации, действующей в США, может оказаться полезным для феминистского движения в России. Во-вторых, NOW является крупнейшей⁷² феминистской организацией Соединённых Штатов, что позволяет предполагать, что она обладает достаточным авторитетом и компетентностью в области коммуникаций и достижения своих целей. В-третьих, в США существует множество феминистских организаций, которые функционируют в рамках конкретной профессиональной области (например, Alliance for Women in Media⁷³ и Veteran Feminists of America⁷⁴), либо для участниц определённой расы (National Black Feminist Organization⁷⁵), либо ориентации (Lesbian Avengers⁷⁶), условий жизни (Women's Refugee Commission⁷⁷), либо конкретного феминистского течения (Radical Women⁷⁸) и др. Для настоящего исследования более интересным является опыт организации общепфеминистской

⁷¹ Check Out the Pay Gap in Each State for Equal Pay Day // Fortune [Электронный ресурс] URL <http://fortune.com/2017/04/03/equal-pay-day-2017-gender-gap-states/> (05.05.2017)

⁷² Muney R. 5 Awesome Organizations Fighting for Women's Equality [Электронный ресурс] URL <https://www.salsalabs.com/get-know-us/blog/5-awesome-organizations-fighting-for-womens-equality> (05.05.2017)

⁷³ Alliance for Women in Media [Электронный ресурс] URL <http://allwomeninmedia.org> (05.05.2017)

⁷⁴ Veteran Feminists of America [Электронный ресурс] URL <http://www.vfa.us> (05.05.2017)

⁷⁵ Mankiller W. P. The Reader's Companion to U.S. Women's History — Houghton Mifflin Books — 1998.

⁷⁶ Lesbian Avengers [Электронный ресурс] URL <http://www.actupny.org/documents/Avengers.html> (05.05.2017)

⁷⁷ Women's Refugee Commission [Электронный ресурс] URL <https://www.womensrefugeecommission.org> (05.05.2017)

⁷⁸ Radical Women [Электронный ресурс] URL www.radicalwomen.org (05.05.2017)

направленности, какой является NOW, так как подобный опыт представляется более универсальным и может быть сравнён с «Лево-феминистской группой». Различие в масштабах каждого из объединений (Left-fem — региональная группа, NOW — национальная организация) представляется менее существенным при сопоставлении их опыта, так как идеологическое основание обоих объединений совпадает. Кроме того, структура NOW, организованная по grassroots-технологии, обеспечивает учёт регионального опыта каждого штата при ведении коммуникационной деятельности.

Так, National Organization for Women декларирует в качестве своих приоритетов достижение экономического равенства и обеспечение его поправкой к Конституции США; отстаивание права на аборт, репродуктивную свободу и других проблем, касающихся здоровья женщин; противодействие расизму; борьбу с нетерпимостью против ЛГБТ сообщества; а также прекращение насилия в отношении женщин. Своими целями организация называет активизацию женских интерсекциональных движений на низовом уровне для продвижения феминистских идеалов, создания условий для изменений в обществе, ликвидации дискриминации, достижения и защиты равноправия для всех женщин и девочек во всех аспектах социальной, политической и экономической сфер жизни.

NOW стремится исключить дискриминацию и притеснения на рабочем месте, в школах, в судебной системе и всех остальных сферах жизни общества; защищать право на аборт, репродуктивные права; пресечь все формы насилия по отношению к женщинам; противостоять расизму, дискриминации, основанной на сексуальной ориентации или гендерной идентичности во всех сферах, включая трудоустройство, ведение домашнего хозяйства, здравоохранение и заботу о детях.

Активисты организации NOW используют различные виды деятельности для достижения поставленных задач социальных изменений.

Активисты проводят электоральную и лоббистскую работу, предъявляют судебные иски. Кроме того, National Organization for Women организует массовые акции, такие как марши, митинги, пикеты, ненасильственное гражданское неповиновение и шок-акции. По данным организации, в 1978 году в «Марше за женские жизни» приняло участие 100 тысяч человек, поддерживающих женские репродуктивные права, в 1989 году — 500 тысяч, в 1992 году — 750 тысяч, что стало крупнейшей женской демонстрацией. В 1995 году NOW организовало первую массовую демонстрацию (250 тысяч участников), целью которой являлось заявить о существовании проблемы насилия над женщинами. В 1996 году марш «Борись за права» в Сан-Франциско привлёк более 50 тысяч активистов, чтобы начать предвыборный сезон, сосредоточенный на усилиях по защите политике равных возможностей. В 2004 году «Марш за женские жизни» собрал 1,15 миллионов участников, по оценкам организаторов⁷⁹, став самой крупной массовой акцией в истории США. По оценкам BBC, марш посетило от 500 до 800 тысяч участников⁸⁰.

Результатами своей деятельности NOW называют увеличившееся за время существования организации количество женщин, занимающихся политической деятельностью и занимающих соответствующие посты; увеличившееся число возможностей получения образования, работы, а также бизнес-возможностей для женщин; ужесточение законов о насилии, домогательствах и дискриминации.

Организация NOW использует grassroots-технологии организации движения. Региональные ячейки организации курируются избранным президентом и вице-президентом, а также советом директоров. Указанные

⁷⁹ Who We Are // National Organization for Women [Электронный ресурс] URL <http://now.org/about/who-we-are/> (05.05.2017)

⁸⁰ Abortion activists on the march // BBC News [Электронный ресурс] URL <http://news.bbc.co.uk/2/hi/americas/3657527.stm> (05.05.2017)

люди несут ответственность за воплощение сформулированной на ежегодной Национальной конференции политики, координируют акции и поддерживают систему членства.

В настоящее время National Organization for Women также проводит программу стажировок.

Исходя из вышеперечисленного можно сделать вывод о том, что NOW проводит работу со следующими целевыми группами: представители органов государственной власти (особенно законодательная и судебные ветви), активисты-члены организации и потенциальные члены организации, жертвователи, а также журналисты и СМИ.

Если коммуникация с представителями органов государственной власти осуществляется через специальные документы и массовые акции, то коммуникация с реальными и потенциальными активистами, журналистами и СМИ, жертвователями ведётся непосредственно на местах региональных отделений организации, с помощью интернет-сайта, публичной страницы на Facebook, в Twitter, Flickr, Google+ и YouTube.

Содержание сайта составляют рубрики: NOW (подрубрики «Программа», «Проблемы», «Принять участие», «Медиа-центр», «Конференция 2017», «О нас»), Комитет политического действия (подрубрики «Новости», «Наши кандидаты», «Программа поддержки», «Деятельность»), NOW Учреждение (подрубрики «Об учреждении», «Люби своё тело», «Суд по вопросам семейного кризиса», «Глобальный феминизм», «Мобилизация избирателей»), Блог, Лидеры, Пожертвования (подрубрики «Стать участником», «Возобновить», «Пожертвовать», «Ежемесячные пожертвования», «Наследство женщинам», «Учреждение»).

Таким образом, содержание сайта предоставляет исчерпывающую информацию для указанных выше целевых групп. Аккаунты в социальных

сетях дополняют, но не дублируют содержание сайта. Страница в социальной сети Flickr⁸¹ предоставляет фото-материалы с проводимых организацией мероприятий, на странице в Twitter⁸² приводятся новости на приоритетные для организации темы, канал на YouTube⁸³ содержит видеозаписи конференций и пленарных заседаний организации, страница на Google+⁸⁴ содержит уведомления о конкретных тематических праздничных днях и обновлениях на сайте, контент страницы на Facebook⁸⁵ представляет собой более развернутую по содержанию новостную повестку, иконографические материалы, новости и предложения по работе организации.

С учётом приведённых выше аргументов, а также того факта, что в предыдущем параграфе нами анализировался контент публичной страницы в социальных сетях, а не сайта, целесообразно проанализировать контент, формируемый NOW на публичной странице на Facebook как, с одной стороны, наиболее развёрнутый, оперативный и обобщающий контент других используемых интернет-каналов, и, с другой стороны, наиболее сопоставимый с опытом ведения публичной страницы во «ВКонтакте». Также публичная страница NOW на Facebook обладает наибольшим количеством подписчиков: на неё подписано 185 862 человек, а поклонниками являются 190 501 человек (на 04.05.2017). На страницу в Twitter подписано 81,1 тысяча человек, на страницу в Google+ — 998

⁸¹ National NOW // Flickr [Электронный ресурс] URL <https://www.flickr.com/photos/nationalnow/sets> (06.05.2017)

⁸² National NOW // Twitter [Электронный ресурс] URL <https://twitter.com/NationalNOW> (06.05.2017)

⁸³ National Organization for Women // YouTube [Электронный ресурс] URL <https://www.youtube.com/user/NOWvideos/featured> (06.05.2017)

⁸⁴ National Organization for Women (NOW) // Google+ [Электронный ресурс] URL <https://plus.google.com/101864737319667511020> (06.05.2017)

⁸⁵ National Organization for Women (NOW) // Facebook [Электронный ресурс] URL <https://www.facebook.com/NationalNOW> (06.05.2017)

человек, на страницу в YouTube — 640 человек, на страницу на Flickr — 126 человек.

Нами проанализированы публикации, сделанные публичной страницей National Organization for Women в социальной сети Facebook за период 04.04.2017—04.05.2017. Всего проанализировано 16 записей, составляющие контент публичной страницы, по параметрам темы публикации, типа (анонс, новостная заметка, комикс и пр.), формата публикации (текст, изображение, ссылки на сторонние ресурсы и пр.), дата публикации, а также отклик. Полные результаты контент-анализа приведены в приложении 3.

По результатам контент-анализа, National Organization for Women формирует контент последовательно и организовано. Существуют повторяющиеся в течение периода времени интересующие людей рубрики, которые комбинируются с публикациями на насущные и актуальные для момента времени проблемы. В большинстве случаев, новые публикации появляются на странице один раз в день, но бывают случаи, когда в один день выходит несколько публикаций или не выходит ни одной.

Так, публикации на постоянную и достаточно популярную среди пользователей тему «Лица феминистского движения» появилась в течение рассматриваемого месяца четыре раза, как и тема сексуального скандала с сотрудником телекомпании FOX, получившая наибольший отклик среди пользователей Facebook, которая также отражена в публикации страницы четырежды.

Другими темами, которые поднимаются в сообществе NOW на Facebook, являются темы, связанные с законодательным и судебным процессами страны, а также прав мигрантов. Тема назначения верховного судьи вызвала относительно сильный отклик среди пользователей Facebook. За указанный период времени на странице трижды появлялось цитирование первого лица организации.

Тема партнёрства с той или иной организации встречается подписчиками достаточно активно.

Большая часть публикаций страницы NOW на Facebook выполнена в информационном жанре, однако часто с призывом к конкретным действиям и использованием оценочной лексики.

Формат публикаций выдержан достаточно строго и, как правило, его определяет наличие одновременно текста и изображения. В большинстве случаев изображение создаётся специально для публикации на данной публичной странице, выполнена с использованием персонального стиля оформления организации, и имеет вид плаката. В случаях цитирования прямой речи первого лица изображения публикацию не сопровождают.

В целом создающуюся повестку можно охарактеризовать как позитивную, так как для каждой проблемной ситуации предлагается определённый выход, а также организация постоянно отчитывается о выполненных действиях в целях решения проблемы. Кроме того, NOW вовлекает подписчиков страницы на Facebook к обсуждению, предлагает вносить предложения и участвовать в программах.

Таким образом, старейшая и крупнейшая феминистская организация Соединённых Штатов Америки National Organization for Women проводит разнообразную коммуникационную деятельность. Для организации характерно обращение ко множеству целевых групп различными способами. Для коммуникации с представителями власти организация использует звонки, письма и массовые акции, для коммуникации со сторонниками используются, в свою очередь, офисы в каждом штате страны, сайт, а также страницы в социальных сетях. Наиболее активно для этих целей используется социальная сеть Facebook. Публичная страница рассматриваемой организации NOW ведётся регулярно, организовано, высказывается на интересующие пользователей темы, обладает образовательным аспектом, а также вовлекает пользователей в

деятельность, которую ведёт. Наиболее актуальными темами среди пользователей за рассмотренный период времени являлись тема сексуального скандала, связанного с ведущим телеканала FOX, а также тема перестановок в законодательных органах власти Соединённых Штатов. Публичная страница также часто используется для передачи прямой речи руководителя организации — избранного Президента. В целом, публичная страница National Organization for Women формируемым контентом создаёт позитивную повестку о деятельности феминистской организации на своём примере.

В следующем параграфе мы проведём сравнение проанализированной в первых двух параграфах второй главы коммуникационной деятельности двух рассматриваемых объединений.

§3 Сравнительный анализ коммуникационной деятельности организаций Left-fem и NOW, выдвижение рекомендаций

По результатам анализа коммуникационной деятельности феминистской группы Left-fem и организации NOW, были выявлены сходства и различия. На основании выявленных различий, а также учёта российской специфики существования феминистского движения и текущего уровня развития Left-fem как движения были выдвинуты рекомендации по ведению ей коммуникационной деятельности. Отметим отдельно, что слепо следовать чьему бы то ни было примеру «Лево-феминистской группе» не рекомендуется.

Одним из главных сходств можно считать заметное совпадение целей, стремлений и миссий рассматриваемых объединений: оба объединения выносят в качестве своих целей борьбу с насилием, нетерпимостью и дискриминацией по различным признакам. Однако у National Organization for Women цели сформулированы во многом более

чётко, понятно и подробно, в то время как Left-fem только приводит названия понятий, не раскрывая, что за ними стоит. Данный нюанс является важным для убеждения так называемой «неопределившейся» группы людей в том, что деятельность группы стоит поддерживать. Поэтому можно рекомендовать группе прописать свои цели чётче, более развёрнуто и доступно.

Также сходством можно считать факт частичного совпадения способов ведения коммуникационной деятельности, так как оба объединения проводят коммуникационную деятельность в сети интернет, а также устраивают массовые акции. Различие в масштабности таких акций в данном случае можно не принимать во внимание, так как важен сам способ.

Тем не менее, используемых объединениями способах есть несколько различий. Так, помимо указанных способов ведения коммуникационной деятельности, «Лево-феминистская группа» проводит лекции по феминистской теории. На наш взгляд, подобное углубление в теорию с учётом сложившихся обстоятельств является излишним. Наиболее удачным вариантом могло бы считаться массовое распространение базовых знаний о равенстве, ненасилии и других феминистских ценностей, так как в российском обществе с ними мало знакомы (см. третий параграф первой главы). Для достижения целей по устранению дискриминации, нетерпимости и насилия наличие углублённых теоретических знаний у сравнительно небольшой группы людей никак не способствует. В связи с этим, мы рекомендуем сосредоточиться именно на массовом распространении базовых знаний.

NOW также использует некоторые способы ведения коммуникационной деятельности, не используемые Left-fem. В первую очередь, речь идёт о лоббистской и политической деятельности, для ведения которой, впрочем, у Left-fem нет ни человеческого ресурса, ни

чёткой законодательной базы. Однако способ обзванивания или серийного написания писем политическим деятелям, депутатам, мэрам или губернаторам с целью повлиять на принимающиеся решения представляется вполне доступным при наличии хотя бы нескольких активистов и публичной страницы в социальной сети для приглашения к участию и других лиц.

И «Лево-феминистская группа», и National Organization for Women используют социальные сети для продвижения своих идей, а также имеет хотя бы один офис. Второе объединение, в отличие от первого, обладает также собственным сайтом. При этом на данном этапе развития «Лево-феминистской группы» ведение собственного сайта едва ли будет оправданно, так как для донесения собственных ценностей страницы в популярной социальной сети достаточно.

Кроме того, для NOW социальные сети являются не ключевым каналом, в рамках которой ведётся коммуникация, в отличие от Left-fem. Для NOW, в силу организационной структуры организации, важную роль играет взаимодействие между региональными отделениями и мобилизация сторонников вокруг проблемы на местах. Left-fem в данном случае рекомендовалось бы максимально использовать имеющийся у неё ресурс, а именно ресурс социальных сетей для продвижения феминистских идей: в первую очередь, возможно формирование контента, который разъяснял бы ответы на базовые вопросы о феминизме, передавал бы взвешенную феминистскую позицию по возникающим спорным ситуациям и скандалам. Например, трансляции подобной позиции во внешние группы общественности не хватало в рассмотренном нами кейсе с рубашкой Мэтта Тейлора во втором параграфе первой главы. К другим темам, на которые Left-fem рекомендуется обратить внимание при формировании контента своей публичной страницы, относится тема любви к себе, свободы, безопасности и пр. Возможно проведение тематических конкурсов по

примеру NOW (к примеру, о той же самой любви к себе), поиск историй о личном опыте пользователей. Таким образом «Лево-феминистская группа» могла бы обеспечить большее вовлечение групп общественности в свою деятельность, а также расширение количества сторонников.

Формальная структура объединений составляет значительное отличие: NOW обладает офисами в каждом штате, саму организацию возглавляет избираемый президент, вице-президент и совет директоров. Left-fem, в свою очередь, является в большей степени горизонтальной феминистской группой, объединённой организаторами, точное количество которых выяснить не удалось. На данном этапе развития Left-fem едва ли стоит равняться на опыт NOW и расширять количество представительств в других городах, так как данное решение может являться целесообразным в случае, если представительство в Санкт-Петербурге получило достаточный авторитет, вес и количество сторонников. Тем не менее, из опыта NOW возможно перенять использование популярной фигуры в качестве спикера группы или её представителя в коммуникации с людьми с несформировавшимся отношением к феминизму через публичную страницу в социальной сети. Данный шаг может способствовать увеличению числа сторонников феминизма и распространению феминистских идей.

Публичная страница организации NOW на Facebook характеризуется упорядоченной коммуникацией со сторонниками феминизма и его членами. Публичная страница Left-fem в социальной сети «ВКонтакте» также взаимодействует со сторонниками феминизма, однако ввиду того, что удалось собрать в рамках одной страницы значительно меньшее их количество, данное взаимодействие нуждается в дополнительном взаимодействии с потенциальными сторонниками феминизма. Как нами уже было отмечено в третьем параграфе первой главы, ими могут выступать молодые или средних лет люди со средним или выше среднего

уровня достатка, проживающие в Санкт-Петербурге и других крупных городах России. Расширению количества сторонников феминизма может способствовать проведение образовательных мероприятий в формате лекций, семинаров, вебинаров с ответами на вопросы о том, как по возможности избегать попадания в трудную жизненную ситуацию, действовать в случае попадания, как научиться принимать себя и свои недостатки, учитывать одновременно свою и чужую свободу и т. д.

National Organization обеспечивает работу медиacentра и таким образом осуществляет коммуникацию с журналистами и СМИ, чего «Лево-феминистская группа» не делает. В качестве рекомендации по работе с журналистами и СМИ для второй группы можно выдвинуть предложение взаимодействовать с журналистами в качестве экспертов по гендерной тематике,

Оба объединения используют в коммуникации с пользователями по большей части информационный контент, однако в то время как организация NOW предлагает конкретные действия, исходя из новополученной информации, формируя таким образом позитивную повестку, Left-fem констатирует происходящее и редко предлагает конкретные действия, формируя негативную повестку полной беспомощности. Left-fem рекомендуется составить план конкретных действий, которые приведут к определённому результату, и отслеживать эффективность деятельности.

Кроме того, «Лево-феминистской группе» рекомендуется развивать формат рассказывания историй, опробованный на создании комикса, а также привлекать опыт пользователей «ВКонтакте», создавать устойчивые и интересные пользователям социальной сети рубрики, придерживаться их, а также реагировать на острые темы — приблизительно в равной пропорции, как это делает NOW в рамках ведущейся ими публичной страницы на Facebook. Это поможет сочетать два выявленных нами в

первом параграфе второй главы наиболее популярных и релевантных способа формировать контент публичной страницы: информационный и развлекательный. Контент информационного типа необходим для формирования феминистской повестки, оперативного реагирования, привлечения новых сторонников на рациональном основании. Контент развлекательного типа также способен привлечь новых сторонников феминизма, а также удержать и вовлечь их в дискурс, способствовать принятию феминистских ценностей. Контент, сформированный по данным принципам, будет обладать свойством «липкости» (то есть способности вовлекать интернет-пользователей⁸⁶) и «растекаемости» (способность мотивировать пользователей активно делиться контент в сети⁸⁷), по Г. Дженскинсу.

В сравнении с National Organization for Women «Лево-феминистской группе» не хватает простейшей единой символики: логотипа, пары корпоративных цветов, пары шрифтов для графических материалов. На данный момент даже название Left-fem пишется на разных страницах по-разному: с дефисом и без дефиса, прописными и строчными буквами в различных сочетаниях. На наш взгляд, данное положение дел не способствует формированию объединения с консолидированной общественностью.

Причины различий ведения коммуникационной деятельности, на наш взгляд, заключаются в разной степени осведомлённости о феминизме и его ценностях в США и России. Однако по мнению Анны Тёмкиной, доктора философии, профессора факультета политических наук и социологии Европейского университета в Санкт Петербурге и автора книги «12 лекций по гендерной социологии», сейчас интерес к феминизму

⁸⁶ Jenkins H. Spreadable media: creating value and meaning in a networked culture. — М.: New York University Press, 2013.

⁸⁷ Там же.

очень сильно повышается, особенно у молодежи. Идеи феминизма меняются, как меняется и ситуация. В настоящий момент в России растёт новое образованное поколение, которое интересуется феминистскими идеями. Отчасти это происходит потому, что мы больше включены в глобальный мир, все больше тем открывается⁸⁸.

Кроме того, уникальный исторический путь обеих стран, а также времени существования самих феминистских объединений влияют на коммуникацию рассматриваемых объединений.

Таким образом, в данном параграфе нам удалось провести сравнение коммуникационной деятельности феминистских объединений Left-fem, функционирующую в России, и National Organization for Women, функционирующую в США. Нами установлено, что различий в коммуникационной деятельности рассматриваемых объединений больше, чем сходств, несмотря на декларируемое сходство целей объединений. Частичным сходством определяются способы ведения коммуникационной деятельности, так как оба объединения осуществляют коммуникацию через социальные сети. Каждое из объединений также практикует коммуникацию с уже сформировавшимися сторонниками феминизма. Оба объединения используют информационный контент при ведении публичных страниц в социальных сетях «ВКонтакте» и Facebook.

К выявленным различиям относятся ведущиеся Left-fem занятия и лекции по феминистской теории и лоббистская деятельность NOW. В коммуникации обеих организаций социальные сети играют различные роли: для NOW они не являются ключевыми и дополняют другие каналы коммуникации. Для «Лево-феминистской группы» коммуникационная деятельность в социальных сетях является ключевой и изредка

⁸⁸ Валиев А. За что россиянки не любят феминисток? // RFI [Электронный ресурс] URL <http://ru.rfi.fr/rossiya/20170308-za-cto-rossiyanki-ne-lyubyat-feministok> (07.05.2017)

дополняется уличными акциями и уже упомянутыми занятиями по феминистской теории (оповещения о которых, впрочем, также происходит через социальные сети).

Формальная структура организаций также различается: NOW является гораздо более разветвлённой и структурированной организацией по сравнению с «Лево-феминистской группой». Так же National Organization for Women ведёт упорядоченную коммуникацию с пользователями социальной сети Facebook. Left-fem подобной упорядоченностью в формировании контента не обладает.

В отличие от NOW, Left-fem не взаимодействует с такой группой общественности, как журналисты, а также не обладает собственной узнаваемой символикой.

«Лево-феминистской группе» выдвигаются следующие рекомендации:

- 1) сформулировать чёткие цели и задачи группы, планировать деятельность группы и отслеживать её эффективность;
- 2) массово распространять базовые знания о феминистской позиции по конкретным вопросам и скандалам, а также знания о самом феминизме, его ценностях и идеях;
- 3) воспользоваться некоторыми приёмами лоббизма, используемых NOW;
- 4) формировать контент и по информационному, и по развлекательному принципу, способствовать вовлечению аудитории и распространению контента по сети, проводить конкурсы, узнавать личный опыт участников сообщества, предлагать им делиться, продолжать опыт по рассказыванию историй;
- 5) усиленно взаимодействовать с потенциальными сторонниками феминизма, проводить образовательные мероприятия;

- 6) использовать популярную фигуру в качестве спикера;
- 7) взаимодействовать с журналистами и СМИ.

Заключение

В рамках настоящей работы удалось проанализировать коммуникационное сопровождение деятельности феминистских организаций, в частности, «Лево-феминистской группы» и National Organization for Women.

В ходе исследования удалось установить, что феминизм условно делится на три «волны» исторического развития с собственными целями и объектами борьбы. В современной России феминизм второй и третьей «волны» существует одновременно, поднимая вопросы патриархальной системы, дискриминации женщин по признаку пола, гендерных стереотипов и сексизма. Феминизм неоднороден и содержит множество ответвлений, взгляды которых могут противоречить друг другу. Данная ситуация приводит к непониманию феминизма как движения.

Также мы установили, что в России существуют определённые проблемы с соблюдением прав человека, а для общества более насущными являются финансовые проблемы, чем гражданские права. Тем не менее, существуют проблемы, затрагивающие женскую часть населения, среди которых гендерный разрыв в оплате труда, сексуальное и домашнее насилие. Российские феминистские движения нужны, чтобы решать данные проблемы, а также отстаивать обладание женщинами репродуктивных прав.

При этом зачастую в поле общественного дискурса попадают только самые простые объекты борьбы феминистского движения, и формирующийся дискурс не показывает, что феминистское движение может вести взвешенный диалог.

По результатам анализа целевых групп общественности, самая многочисленная группа по критерию отношения к феминизму в России — люди, относящиеся к феминизму нейтрально и/или не знающие его целей.

Зачастую данной группе принадлежат люди с относительно высоким уровнем достатка, средних лет или молодые. Из работы с группами общественности также не стоит исключать мужчин, потому что среди них сторонников феминизма ненамного меньше, чем среди женщин. Важным результатом анализа является также то, что феминистские ценности разделяет большее число людей, чем тех, кто называет себя феминисткой или феминистом.

Анализ коммуникационной деятельности «Лево-феминистской группы» показал, что деятельность ведётся, в основном, рамках социальных сетей, образовательных мероприятий и — реже — уличных акций. Публичная страница «ВКонтакте» является основным каналом коммуникации группы с общественностью, на которой транслируются сообщения в информационно-новостных жанрах. «Лево-феминистская группа» занимается также глубоким образованием общественности в области феминистской теории. Наиболее популярными темами для освещения в рамках сообщества является тема патриархата, положения женщины в различных обществах и самого феминизма. В целом, формируется негативная повестка, а целевые группы не вовлечены во взаимодействие с сообществом.

В свою очередь, крупнейшая феминистская организация США National Organization for Women ведёт разнообразную коммуникационную деятельность. Для организации характерно обращение ко множеству целевых групп различными способами. Для коммуникации с представителями власти организация использует звонки, письма и массовые акции, для коммуникации со сторонниками используются офисы в каждом штате страны, сайт, а также страницы в социальных сетях. Наиболее активно для этих целей используется социальная сеть Facebook. Публичная страница рассматриваемой организации NOW ведётся регулярно, организованно, высказываются на интересующие пользователей

темы, обладает образовательным аспектом, а также вовлекает пользователей в деятельность, которую ведёт. Наиболее актуальными темами среди пользователей за рассмотренный период времени являлись тема сексуального скандала, связанного с ведущим телеканала FOX, а также тема перестановок в законодательных органах власти Соединённых Штатов. Публичная страница также часто используется для передачи прямой речи Президента организации. В целом, публичная страница National Organization for Women формируемым контентом создаёт позитивную повестку о деятельности феминистской организации на своём примере.

Сравнение коммуникационной деятельности феминистских объединений Left-fem и National Organization for Women, функционирующую в США позволило установить, что различий в коммуникационной деятельности рассматриваемых объединений больше, чем сходств, несмотря на сходство целей обоих объединений. К сходствам в коммуникационной деятельности относится коммуникация через социальные сети, взаимодействие со сторонниками феминизма, а также использование информационного контента при ведении публичных страниц в социальных сетях

Различия составляют проводимые «Лево-феминистской группой» занятия по феминистской теории и лоббистская деятельность NOW. Кроме того, в коммуникации обеих организаций социальные сети играют различные роли: для «Лево-феминистской группы» социальные сети играют ключевую роль в коммуникации и изредка дополняется уличными акциями и уже упомянутыми занятиями по феминистской теории. Для NOW социальные сети ключевой роли не играют. Так же коммуникация National Organization for Women в рамках публичной страницы на Facebook является упорядоченной и структурированной, Left-fem подобной упорядоченностью в формировании контента не обладает. В отличие от

NOW, Left-fem не взаимодействует с такой группой общественности, как журналисты, а также не обладает собственной узнаваемой символикой.

По результатам проведённой аналитической работы удалось выдвинуть «Лево-феминистской группе» следующие рекомендации:

- 1) сформулировать чёткие цели и задачи группы, планировать деятельность группы и отслеживать её эффективность;
- 2) массово распространять базовые знания о феминистской позиции по конкретным вопросам и скандалам, а также знания о самом феминизме, его ценностях и идеях;
- 3) воспользоваться некоторыми приёмами лоббизма, используемых NOW;
- 4) формировать контент и по информационному, и по развлекательному принципу, способствовать вовлечению аудитории и распространению контента по сети, проводить конкурсы, узнавать личный опыт участников сообщества, предлагать им делиться, продолжать опыт по рассказыванию историй;
- 5) усиленно взаимодействовать с потенциальными сторонниками феминизма, проводить образовательные мероприятия;
- 6) использовать популярную фигуру в качестве спикера;
- 7) взаимодействовать с журналистами и СМИ.

Так, «Лево-феминистская группа» может приблизиться к решению общественных проблем, борьба с которыми и входит в её задачи.

Литература

1. Базовые пункты предвыборной программы Алексея Навального [Электронный ресурс] URL <https://2018.navalny.com/platform/> (10.03.2017)
2. Биргер Г. Рубашка раздора // Wonderzine [Электронный ресурс] URL <http://www.wonderzine.com/wonderzine/life/life-opinion/202923-shit-shirt> (17.04.2017)
3. Бовуар де С. Второй пол. Этика подлинного существования / Пер. с фр. Светлана Айвазова. — СПб.: Алетейя, 2015. — 368 с.
4. Валиев А. За что россиянки не любят феминисток? // RFI [Электронный ресурс] URL <http://ru.rfi.fr/rossiya/20170308-za-chto-rossiyanki-ne-lyubyat-feministok> (07.05.2017)
5. Вульф Н. Миф о красоте: Стереотипы против женщин / пер. с англ. — М.: Альпина нон-фикшн, 2013. — 445 с.
6. Гарина Л. Публикация 09.03.2017 // Facebook [Электронный ресурс] URL https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=1351927928196958&id=100001392901051 (10.04.2017)
7. Гендер, секс и феминизм: взгляд социолога / Arzamas [Электронный ресурс] URL <http://arzamas.academy/materials/959> (08.10.2016)
8. Голодец заявила о дискриминации российских женщин по уровню зарплат // РБК [Электронный ресурс] URL <http://www.rbc.ru/rbcfreenews/58b41de19a7947eb202985c5> (18.04.2017)
9. Доклад Amnesty International 2015/2016 Права человека в современном мире [Электронный ресурс] (доступен для скачивания) URL <https://www.amnesty.org/en/documents/pol10/2552/2016/ru/> (05.03.2017)
10. Женские марши в Вашингтоне и по всему миру. Что это было? // Meduza [Электронный ресурс] URL

- <https://meduza.io/feature/2017/01/22/zhenskie-marshi-v-vashingtone-i-po-vsemu-miru-chno-eto-bylo> (26.02.2017)
- 11.Женщина — тоже человек: представления россиян о феминизме // Фонд «Общественное мнение» [Электронный ресурс] URL <http://fom.ru/TSennosti/10611> (10.10.2016)
 - 12.Здравомыслова Е.; Тёмкина А. 12 лекций по гендерной социологии: учебное пособие. — СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2015. — 768 с.
 - 13.Зубаревич Н. Четыре России // Ведомости [Электронный ресурс] URL http://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2011/12/30/chetyre_rossii (10.04.2017)
 - 14.МВД РФ: от семейных побоев в основном страдают женщины // ТАСС [Электронный ресурс] URL <http://tass.ru/obschestvo/4006801> (10.03.2017)
 - 15.Национальная стратегия в интересах женщин // Сайт Правительства России [Электронный ресурс] URL <http://government.ru/media/files/njlkIvH7WCvOIYRmcucV4jdNihEmTOUe.pdf> (18.04.2017)
 - 16.Непеева Д. Медведев утвердил национальную стратегию в интересах женщин // РБК [Электронный ресурс] URL <http://www.rbc.ru/politics/08/03/2017/58bf9f649a7947c1b9f56082> (18.04.2017)
 - 17.Никонова Н. Почему вывод аборт из системы обязательного страхования аморален // Wonderzine [Электронный ресурс] URL <http://www.wonderzine.com/wonderzine/life/life-opinion/204043-save-our-souls> (18.04.2017)
 - 18.Определение организации // Академик [Электронный ресурс] URL http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/2899/ОРГАНИЗАЦИЯ (25.03.2017)

19. Отношение к абортам // Пресс-выпуск 20.03.2017 — Левада-центр [Электронный ресурс] URL <http://www.levada.ru/2017/03/20/reproduktsiya-i-aborty/> (23.03.2017)
20. Панова И. Г., Якъева М. С. Отношения к феминизму // Электронный вестник Ростовского социально-экономического института — Выпуск №3 (июль-сентябрь) — 2014 г. — с. 307-320.
21. Поиск по картинке // Google [Электронный ресурс] URL <https://goo.gl/VoHKWm> (10.04.2017)
22. «Пришло время ответить феминисткам». Почему нападки на «сексистскую» рубашку ученого — это безумие: колонка The Federalist // Meduza [Электронный ресурс] URL <https://meduza.io/news/2014/11/18/prishlo-vremya-otvetit-feministkam> (17.04.2014)
23. Пророкова М. Психология свободы: насколько «авторка» и другие феминитивы вписываются в правила русского языка? // Furfur [Электронный ресурс] URL <http://www.furfur.me/furfur/freedom/howitworks/217475-feminitivy> (10.04.2017)
24. Романова С. Российским женщинам платят на 30% меньше, чем мужчинам // Ведомости [Электронный ресурс] URL <http://www.vedomosti.ru/management/articles/2015/11/24/618007-rossiiskim-zhenschinam-platyat-30-menshe-chem-muzhchinam> (12.03.2017)
25. Савина А. От суфражисток до радфем: Ключевые направления феминизма // Wonderzine [Электронный ресурс] URL <http://www.wonderzine.com/wonderzine/life/life/218101-the-f-word> (21.04.2017)

26. Самые острые проблемы // Пресс-выпуск 07.03.2017 — Левада-центр [Электронный ресурс] URL <http://www.levada.ru/2017/03/07/samye-ostrye-problemy/> (21.03.2017)
27. Серветник М. Что такое сексуальная объективация и чем она опасна // Wonderzine [Электронный ресурс] URL <http://www.wonderzine.com/wonderzine/life/life-opinion/203025-sexual-objectification> (17.04.2017)
28. Сёстры. Центр помощи пережившим сексуальное насилие [Электронный ресурс] URL <http://sisters-help.ru/about.html> (25.03.2017)
29. Сидорчик А. Женская инквизиция. Как феминистки портят детям Рождество и травят учёных // Аргументы и факты [Электронный ресурс] URL <http://www.aif.ru/society/law/1415347> (17.04.2017)
30. Слезы Мэтта Тейлора и религиозный пыл феминизма // Furfur [Электронный ресурс] URL <http://www.furfur.me/furfur/freedom/freedom/178223-kolonka-o-mette-teylore> (17.04.2017)
31. Словарь гендерных терминов [Электронный ресурс] URL <http://a-z-gender.net/feminitivy.html> (10.04.2017)
32. Статистика по акции «Я Не Боюсь Сказать» // Школа союзников [Электронный ресурс] URL https://vk.com/page-107360438_51313882 (26.02.2017)
33. Страховская О. Чем грозит запрет бесплатных абортотворения // Wonderzine [Электронный ресурс] URL <http://www.wonderzine.com/wonderzine/life/life-opinion/196305-right-to-choose> (18.04.2017)
34. Твит пользователя @meduzaproject // Twitter [Электронный ресурс] URL <https://twitter.com/meduzaproject/status/578564500355416064> (26.02.2017)

35. Твит пользователя @roseveleth // Twitter [Электронный ресурс] URL <https://twitter.com/roseveleth/status/532538957490561024> (17.04.2017)
36. Тоффлер, Э. Третья волна / под ред. Гудимовой С. — М.: АСТ, 2010. — 800 с.
37. Уважение к человеку. Предвыборная программа партии «ЯБЛОКО» [Электронный ресурс] URL <http://www.yabloko.ru/program> (10.03.2017)
38. Ученый из миссии «Розетта» извинился за свою рубашку и заплакал // РИА Новости [Электронный ресурс] URL <https://ria.ru/society/20141115/1033425925.html> (08.10.2016)
39. Феминистские группы в разных регионах и городах России // Феминистская Россия [Электронный ресурс] URL <http://femrussia.ru/groups> (20.04.2017)
40. Фридан, Б. Загадка женственности. — М.: «Прогресс», «Литера», 1994. — 496 с.
41. Шевелева А. Гендеролог Наталья Пушкарёва — о продолжении сексуальной революции и неудачах российского феминизма // The Village [Электронный ресурс] URL <http://www.the-village.ru/village/people/city-news/162785-что-нового-genderolog> (04.03.2017)
42. Abortion activists on the march // BBC News [Электронный ресурс] URL <http://news.bbc.co.uk/2/hi/americas/3657527.stm> (05.05.2017)
43. Alliance for Women in Media [Электронный ресурс] URL <http://allwomeninmedia.org> (05.05.2017)
44. Arkata и рубрика «Что такое капитализм» // ВКонтакте [Электронный ресурс] URL https://vk.com/photo-67522529_422838553 (04.05.2017)
45. Bartky S. L. Femininity and Domination: Studies in the Phenomenology of Oppression — Routledge — 1990.

46. Check Out the Pay Gap in Each State for Equal Pay Day // Fortune [Электронный ресурс] URL <http://fortune.com/2017/04/03/equal-pay-day-2017-gender-gap-states/> (05.05.2017)
47. Do you believe in equal opportunities for men and women in all areas, based on their competency and not their gender? // Statista [Электронный ресурс] URL <https://www.statista.com/statistics/312274/believe-equal-opportunities-treatment-men-women-based-competency/> (10.10.2016)
48. Ehrenreich B. What is Socialist Feminism? // The Femenist eZine [Электронный ресурс] URL <http://www.feministezine.com/feminist/modern/Socialist-Feminism.html> (21.04.2017)
49. Fertility rate // Google [Электронный ресурс] URL <https://goo.gl/H0xwVV> (18.04.2017)
50. Hanisch C. The personal is political [Электронный ресурс] URL <http://www.carolhanisch.org/CHwritings/PIP.html> (15.11.2016)
51. Inequality quantified: Mind the gender gap // Журнал Nature [Электронный ресурс] URL <http://www.nature.com/news/inequality-quantified-mind-the-gender-gap-1.12550> (17.04.2017)
52. Jenkins H. Spreadable media: creating value and meaning in a networked culture. — М.: New York University Press, 2013.
53. Left-fem // «ВКонтакте» [Электронный ресурс] URL <https://vk.com/leftfem> (20.04.2017)
54. Left-fem // Facebook [Электронный ресурс] URL <https://www.facebook.com/leftfem/> (20.04.2017)
55. Left-fem // YouTube [Электронный ресурс] URL <https://www.youtube.com/channel/UChuH4bc8pVpZYdBCN57HEEA> (20.04.2017)
56. Lesbian Avengers [Электронный ресурс] URL <http://www.actupny.org/documents/Avengers.html> (05.05.2017)

57. Mankiller W. P. The Reader's Companion to U.S. Women's History — Houghton Mifflin Books — 1998.
58. Muney R. 5 Awesome Organizations Fighting for Women's Equality [Электронный ресурс] URL <https://www.salsalabs.com/get-know-us/blog/5-awesome-organizations-fighting-for-womens-equality> (05.05.2017)
59. National NOW // Flickr [Электронный ресурс] URL <https://www.flickr.com/photos/nationalnow/sets> (06.05.2017)
60. National NOW // Twitter [Электронный ресурс] URL <https://twitter.com/NationalNOW> (06.05.2017)
61. National Organization for Women [Электронный ресурс] URL <http://now.org/> (05.05.2017)
62. National Organization for Women // YouTube [Электронный ресурс] URL <https://www.youtube.com/user/NOWvideos/featured> (06.05.2017)
63. National Organization for Women (NOW) // Facebook [Электронный ресурс] URL <https://www.facebook.com/NationalNOW> (06.05.2017)
64. National Organization for Women (NOW) // Google+ [Электронный ресурс] URL <https://plus.google.com/101864737319667511020> (06.05.2017)
65. Nike: Из чего же сделаны наши девчонки? // Канал Nike Women на Youtube [Электронный ресурс] URL <https://www.youtube.com/watch?v=xifSHMbGSKI> (26.02.2017)
66. Plante C. I don't care if you landed a spacecraft on a comet, your shirt is sexist and ostracizing // The Verge [Электронный ресурс] URL <http://www.theverge.com/2014/11/13/7213819/your-bowling-shirt-is-holding-back-progress> (17.04.2017)
67. Prabal Gurung Fall 2017 ready-to-wear // Vogue [Электронный ресурс] URL <http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2017-ready-to-wear/prabal-gurung/slideshow/collection#38> (26.02.2017)

68. Radical Women [Электронный ресурс] URL www.radicalwomen.org (05.05.2017)
69. Rivkin-Fish, M. Conceptualizing Feminist Strategies for Russian Reproductive Politics: Abortion, Surrogate Motherhood, and Family Support after Socialism // Signs Vol. 38, No. 3 (Spring 2013) — The University of Chicago Press — с. 569-593.
70. Rosetta Mission Overview // NASA [Электронный ресурс] URL <https://www.nasa.gov/rosetta> (25.02.2017)
71. Share of men and women who define themselves as feminist 2014 // Statista [Электронный ресурс] URL <https://www.statista.com/statistics/312255/define-self-feminist-advocates-supports-equal-opportunities-women/> (10.10.2016)
72. Spring-summer 2017 campaign: We Should All Be Feminists // Dior Mag [Электронный ресурс] URL http://www.dior.com/diormag/en_us/article/spring-summer-2017-campaign-we-should-all-be-feminists (26.02.2017)
73. The Concise Encyclopedia of Sociology / под ред. George Ritzer, J. Michael Ryan — Wiley-Blackwell, 2010. — 726 с.
74. Three Waves of Feminism: From Suffragettes to Grrls // Gender Communication Theories and Analyses: From Silence to Performance / Krolokke C., Sorensen A. — Sage Publications, 2005.
75. Tong R. Feminist Thought: A More Comprehensive Introduction — Westview Press — 2009. — 437 с.
76. Trump recorded having extremely lewd conversation about women in 2005 // The Washington Post [Электронный ресурс] URL https://www.washingtonpost.com/politics/trump-recorded-having-extremely-lewd-conversation-about-women-in-2005/2016/10/07/3b9ce776-8cb4-11e6-bf8a-3d26847eed4_story.html (26.02.2017)

- 77.UN Millenium Project [Электронный ресурс] URL <http://www.unmillenniumproject.org/index.htm> (10.03.2017)
- 78.Veteran Feminists of America [Электронный ресурс] URL <http://www.vfa.us> (05.05.2017)
- 79.What do we mean by «sex» and «gender» // World Health Organization [Электронный ресурс] URL <http://apps.who.int/gender/whatisgender/en/> (09.10.2016)
- 80.Women's Refugee Commission [Электронный ресурс] URL <https://www.womensrefugeecommission.org> (05.05.2017)
- 81.Would you define yourself as a feminist — someone who advocates and supports equal opportunities for women? // Statista [Электронный ресурс] URL <https://www.statista.com/statistics/312161/define-self-feminist-advocates-supports-equal-opportunities-women/> (10.10.2016)

Приложение 1

№	Тема	Жанр	Формат	Дата, время	Отклик (по сост. на 20.04)
1	Феминистский взгляд на первое мая	Анонс	Текст + изображения	20.04.2017 11:09	404 просмотра 3 лайка 0 репостов
2	Репрессии против активисток(-в)	Новостная заметка	Текст + ссылка (на «Открытую Россию»)	14.04.2017 20:47	1,8 тыс. просмотров 60 лайков 16 репостов
3	Репрессии против активисток(-в)	Новостная заметка	Текст + ссылка (на «Медиазону »)	14.04.2017 20:37	916 просмотров 15 лайков 3 репоста
4	Капитализм	Комикс	Текст + изображение	13.04.2017 20:25	786 просмотров 25 лайков 1 репост
5	Домашнее насилие	Видеоин- фографика	Текст + видео (два ролика ~2 минуты)	11.04.2017 22:55	754 просмотров 9 лайков 3 репосты
6	Репрессии против активисток(-в)	Новостная заметка	Текст	10.04.2017 11:05	741 просмотр 9 лайков 2 репоста
7	Место женщины в царской России, патриархат	Фильм	Текст + видео (2,5 часа)	09.04.2017 0:01	1 тыс. просмотров 24 лайка 6 репостов
8	Роль языка в повседневности , образование	Лекция	Текст + видео (1 час)	05.04.2017 15:05	1,5 тыс. просмотров 72 лайка 9 репостов 238 просмотров

					видео
9	Маскулинность, образование	Анонс	Текст + изображение	05.04.2017 12:05	705 просмотров 4 лайка 3 репоста
10	Место женщины в царской России, патриархат	Фильм	Текст + видео	02.04.2017 20:31	1,4 тыс. просмотров 43 лайка 11 репостов
11	Патриархат	Комикс	Текст + изображение	30.03.2017 22:52	1,3 тыс. просмотров 28 лайков 6 репостов
12	Положение чеченских девушек	Ссылка на петицию (change.org)	Текст + ссылка	29.03.2017 21:13	1,1 тыс. просмотров 18 лайков 1 репост
13	Угнетение женщин (XIX век)	Отрывок из трактата (Ш. Фурье)	Текст + изображение	28.03.2017 12:52	971 просмотр 18 лайков 0 репостов
14	Патриархат	Комикс	Текст + изображение	23.03.2017 18:46	1,2 тыс. просмотров 23 лайка 1 репост
15	Женские движения	Ссылка на дайджест («Заповедник»)	Текст + ссылка	22.03.2017 11:03	1,2 тыс. просмотров 12 лайков 4 репоста
16	Женские движения	Ссылка на дайджест (Wonderzine)	Текст + ссылка	21.03.2017 14:02	1 тыс. просмотров 13 лайков 1 репост
17	8 марта, феминизм	Запись дискуссии	Текст + видео (~1)	20.03.2017 14:02	1,2 тыс. просмотров

			час)		12 лайков 4 репоста 35 просмотров видео
18	Положение женщин и детей в исламском обществе	Фильм	Текст + изображение + видео (~1 часа)	17.03.2017 22:51	1 тыс. просмотров 28 лайков 6 репостов
19	Феминизм	Видеоотчёт первого дня фестиваля «поверхность пола» и тест по его мотивам	Текст + видео + ссылка на тест	13.03.2017 20:55	1,5 тыс. просмотров 11 лайков 3 репоста
20	Сексизм	Видеоразбор	Текст + видео	11.03.2017 13:00	1,7 тыс. просмотров 78 лайков 9 репостов
21	Сексизм	Ссылка на статью («Мел»)	Текст + ссылка	10.03.2017 21:35	2,4 тыс. просмотров 77 лайков 7 репостов
22	Насилие, гендерный разрыв в оплате труда	Отчёт об акции-шествии в Нижнего Новгорода	Текст + изображения	09.03.2017 11:55	1 тыс. просмотров 21 лайк 0 репостов
23	Женские права	Отчёт об акции на день рождения группы	Текст + изображения	09.03.2017 13:00	2,9 тыс. просмотров 161 лайк 15 репостов
24	8 марта	Граффити к	Текст +	08.03.2017	1 тыс.

		празднику	изображение	14:19	просмотров 35 лайков 1 репост
25	Феминистская теория, искусство, образование	Ссылка на образовательный ресурс (n.paradoxa)	Текст + изображение + ссылка	07.03.2017 14:33	2,6 тыс. просмотров 57 лайков 9 репостов
26	Свобода и угнетение	Анонс кинопоказа	Текст + изображение + ссылка	07.03.2017 02:07	3,7 тыс. просмотров 49 лайков 7 репостов
27	Благотворительность	Анонс благотворительной акции в Нижнем Новгороде	Текст + изображение	06.03.2017 16:23	1,6 тыс. просмотров 27 лайков 5 репостов
28	Судьба женщины, патриархат	Фильм (1,3 часа)	Текст + видео	05.03.2017 16:29	2,3 тыс. просмотров 68 лайков 17 репостов
29	Сексизм, SMM, медиа	Эссе	Текст + изображения	04.03.2017 21:09	1,5 тыс. просмотров 39 лайков 4 репоста
30	8 марта, феминизм	Анонс дискуссии	Текст + изображение + ссылка	28.02.2017 18:42	1,6 тыс. просмотров 13 лайков 3 репоста
31	Антимилитаризм	Новостная заметка (ОВД-инфо)	Текст + ссылка	23.02.2017 19:03	1,5 тыс. просмотров 14 лайков 1 репост
32	Антимилитаризм	Эссе	Текст +	23.02.2017	3 тыс.

	м, 23 февраля		изображение	15:01	просмотров 85 лайков 19 репостов
33	Маскулинность, образование	Анонс лекции	Текст + изображение + ссылка	22.02.2017 11:39	1,3 тыс. просмотров 3 лайка 0 репостов
34	Женский труд, неоднозначност ь феминистской рекламы Nike	Эссе	Текст + видео	21.02.2017 13:56	6,9 тыс. просмотров 170 лайков 28 репостов

Таблица 1. Контент-анализ публикаций публичной страницы Left-fem «ВКонтакте»

Приложение 2

№	Название сообщества	Адрес	Количество участников	Тип контента	Тип сообщества
1	Подслушано феминизм	https://vk.com/overhear_feminism	14,565	Развлекательный	Открытое
2	Феминизм в литературе	https://vk.com/femliterature	5,630	Просветительский	Открытое
3	Феминизм	https://vk.com/feminism_ru	7,939	Неизвестно	Закрытое
4	Школа феминизма	https://vk.com/fem_school	12,394	Информационный	Открытое
5	Феминизм: только хорошие новости!	https://vk.com/goodnewsfeminism	6,699	Информационный	Открытое
6	Противники феминизма	https://vk.com/stupid_feminism	16, 656	Развлекательный	Открытое
7	Феминизм: наглядно	https://vk.com/feminism_visual	20,887	Развлекательный	Открытое
8	Радикальный феминизм	https://vk.com/public39608949	3,360	Информационный	Открытое
9	Феминистки. Феминизм	https://vk.com/feministday	3,056	Информационный	Открытое
10	Мне нужен феминизм	https://vk.com/need.feminism	3,035	Развлекательный	Открытое
11	mirror of sexism	https://vk.com/	6,286	Развлекательный	Открытое

	(+18)	mirrorsexism			
12	ТИПИЧНЫЙ СЕКИСТ	https://vk.com/typical_sexist	5,849	Развлекательный	Открытое
13	Женская история (фото, видео, документы)	https://vk.com/womanatory	16,570	Просветительский	Открытое
14	Сoc-Fem	https://vk.com/socfem	8,374	Информационный	Открытое
15	РАВНОПРАВИЕ ПОЛОВ! Адекватность и гуманность	https://vk.com/avenstvopolov	3,782	Информационный	Открытое
16	ФАКТЫ_АНТИ сексизм_АНТИ шовинизм_ФЕМ	https://vk.com/faktionas	12,706	Информационный	Открытое
17	Радфем цитатник	https://vk.com/adfem_citati	4,116	Информационный	Открытое
18	ЖЕНЩИНЫ В НАУКЕ	https://vk.com/onavnauke	6,412	Информационный	Открытое
19	Shut your sexist mouth up	https://vk.com/feminist_unicorn	31,357	Развлекательный	Открытое
20	Женская сила	https://vk.com/fem_power	7,150	Информационный	Открытое
21	Check your privilege	https://vk.com/heck.your.privilege	23,850	Информационный	Открытое
22	Body Positive ♥ Бодипозитив	https://vk.com/positivebody	65,093	Информационный	Открытое
23	Fight Like a Girl	https://vk.com/femflag	40,543	Развлекательный	Открытое

24	love yourself	https://vk.com/love.yourself	27,252	Развлекательный	Открытое
25	тёплые руки.	https://vk.com/hospitalformysoul	5,160	Развлекательный	Открытое
26	сестра сестре! взаимопомощь	https://vk.com/take_my_hand_girl	19,736	Общение и взаимопомощь	Открытое

Таблица 2. Публичные страницы феминистской направленности, зарегистрированные во «ВКонтакте»

Приложение 3

№	Тема	Жанр	Формат	Дата	Отклик (отметки/ репосты)
1	Голосование в конгрессе, здравоохранение	Анонс-призыв к действию, информационный	Текст, картинка (плакат)	4.05	135/118
2	Голосование в конгрессе, здравоохранение	Анонс-призыв к действию, информационный	Текст, картинка (плакат)	3.05	191/131
3	Права иммигрантов	Колонка, аналитический	Текст, ссылка на материал в СМИ (авторство — президент NOW)	1.05	48/4
4	Партнёрство, новая программа, права иммигрантов	Анонс, информационный	Текст, картинка (плакат), ссылка на партнёра	1.05	700/281
5	Лица феминистского движения	Короткая биография, информационный	Текст, картинка (плакат)	28.04	169/34
6	Равенство, проект национальной программы	Анонс-призыв к действию, информационный	Текст, картинка (фотография), ссылка	25.04	64/25
7	Женский марш, Иллинойс	Анонс-призыв к действию, информационный		24.04	87/19
8	Медиа, скандал,	Колонка,	Текст, ссылка	22.04	112/16

	сексуальное насилие	аналитический			
9	Лица феминистского движения	Короткая биография, информационный	Текст, картинка (плакат)	21.04	311/78
10	Медиа, скандал, сексуальное насилие	Обращение первого лица	Текст	20.04	353/82
11	Медиа, скандал, сексуальное насилие	Колонка, аналитический	Текст, ссылка	19.04	909/64
12	Лица феминистского движения	Краткая биография, информационный	Текст, картинка (плакат)	14.04	200/57
13	ЛГБТ в истории	Рассказ, аналитический	Текст, ссылка	10.04	18/5
14	Лица феминистского движения	Краткая биография, информационный	Текст, картинка (плакат)	7.04	270/73
15	Сенат, назначение судьи Верховного суда	Обращение первого лица	Текст, ссылка	7.04	345/37
16	Медиа, скандал, сексуальное насилие	Обращение организации	Текст, ссылка	4.04	1 тыс./130

Таблица 3. Контент-анализ публичной страницы NOW на Facebook