

DOI: [10.14515/monitoring.2025.3.2644](https://doi.org/10.14515/monitoring.2025.3.2644)



О. А. Мирясова

**ГЕНДЕРНАЯ ПОВЕСТКА В РЕГИОНАЛЬНЫХ МЕДИА:
ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ОГРАНИЧЕНИЯ
И ПОТЕНЦИАЛ ИЗМЕНЕНИЙ**

Правильная ссылка на статью:

Мирясова О. А. Гендерная повестка в региональных медиа: институциональные ограничения и потенциал изменений // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2025. № 3. С. 219—242. <https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2025.3.2644>.

For citation:

Miryasova O. A. (2025) Gender Agenda in Regional Media: Institutional Restrictions and Potential for Change. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 3. P. 219–242. <https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2025.3.2644>. (In Russ.)

Получено: 18.06.2024. Принято к публикации: 22.04.2025.

ГЕНДЕРНАЯ ПОВЕСТКА В РЕГИОНАЛЬНЫХ МЕДИА: ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ОГРАНИЧЕНИЯ И ПОТЕНЦИАЛ ИЗМЕНЕНИЙ

МИРЯСОВА Ольга Александровна — старший научный сотрудник, Институт социологии ФНИСЦ РАН, Москва, Россия
E-MAIL: verdikt.o@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0009-8286-5596>

Аннотация. В статье приведены результаты исследования ограничений, которые накладывает институциональная среда на работу региональных массмедиа. Кроме того, региональные СМИ рассмотрены как один из акторов, участвующих в процессе общественных трансформаций. Методологическую основу исследования составляет институциональный анализ, ориентированный на изучение норм, практик и поведения акторов в различных институциональных рамках. В качестве эмпирических данных использовались результаты контент-анализа материалов СМИ и интервью с редакторами, журналистами, блогерами.

Обработка этих данных показывает, что контент региональных СМИ зависит от концепции издания и представлений руководства СМИ и редакционного коллектива о «норме». Руководство и журналисты традиционных СМИ учитывают стереотипы своей аудитории, стремятся соответствовать ожиданиям «среднего читателя» и избегают «опасных» тем. «Новые медиа» ориентированы на актуальную повестку и чаще становятся инструментом продвижения новых идей. Эмансипаторные тенденции в освещении гендерных тем в федеральных СМИ и «новых медиа» влияют на традиционные региональные СМИ. Феминистский активизм создает информационные поводы и «поставляет» героев для публикаций.

Ключевые слова: институциональные изменения, новые медиа, гендер, СМИ

GENDER AGENDA IN REGIONAL MEDIA: INSTITUTIONAL RESTRICTIONS AND POTENTIAL FOR CHANGE

Olga A. MIRYASOVA¹ — Senior Researcher
E-MAIL: verdikt.o@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0009-8286-5596>

¹ Institute of Sociology of FCTAS RAS, Moscow, Russia

Abstract. The article studies the limitations imposed by the institutional environment on the work of regional mass media. In addition, the author considers regional media as one of the actors participating in the process of social transformations. Methodologically, the study bases on the institutional analysis focused on the study of norms, practices, and behavior of actors in various institutional frameworks. The results of a content analysis of media materials and interviews with editors, journalists and bloggers were used as empirical data.

Processing of these data shows that the content of regional media depends on the concept of the publication and the ideas of the media management and editorial staff about the "norm". The management and journalists of traditional media take into account the stereotypes of their audience, strive to meet the expectations of the "average reader" and avoid "dangerous" topics. "New media" are focused on the current agenda and often become a tool for promoting new ideas. Emancipatory trends in the coverage of gender issues in the federal media and "new media" influence traditional regional media, and feminist activism creates information reasons and "supplies" heroes for publications.

Keywords: institutional changes, new media, gender, mass media

Введение

СМИ играют важную роль в формировании общественного мнения, в том числе в сфере представлений о гендерном равенстве. Тематика публикаций, подходы к освещению различных тем, язык (термины и понятия, используемые для описания тех или иных явлений), контекст освещения события, с одной стороны, отражают ценностные представления коллектива редакции, с другой — оказывая влияние на отношение читателей к различным явлениям общественной жизни.

На смену традиционному способу функционирования средства массовой информации, при котором СМИ были источниками информации, а адресат — получателем, пришла двух- и многосторонняя коммуникация, в которой участвует сразу несколько акторов. В последнее десятилетие исследователям приходится изучать не столько процесс «производства информации», сколько публичное пространство с многочисленными акторами и формами взаимодействия между ними [Киуру, Кривоносов, 2020]. Но СМИ остаются в нем одним из значимых акторов, поскольку производят «информационный продукт» («контент») на постоянной основе и включены в экономические взаимодействия с другими участниками рынка.

Объектом исследования, результаты которого приводятся в данной статье, были сотрудники и руководство СМИ, а также создатели и авторы «новых медиа». Предметом исследования — возможности для продвижения идей гендерного равенства журналистками «традиционных» (по типу организации) СМИ. Цель работы — изучить влияние институциональной среды на повестку региональных СМИ и оценить степень субъектности членов редакционного коллектива при формировании редакционной политики и контента.

Для достижения целей исследования анализировалось наличие публикаций, связанных с гендерной проблематикой, в изучаемых СМИ, их содержание, отношение журналисток и их руководства к гендерно-чувствительным темам, система принятия решений в редакциях и подходы к выбору тематики материалов и их подаче.

Для подготовки статьи были использованы данные, собранные в ходе сопровождения проекта школы медиаменеджмента для женщин-журналисток и женщин-активисток. Прием в школу проводился на конкурсной основе, а победительницы конкурса итоговых проектов должны были получить гранты на их реализацию¹. Задачей социологов в ходе проекта было изучение возможностей журналисток и активисток для выражения своего мнения в ходе профессиональной деятельности (в том числе использования гендерной оптики при подготовке публикаций), а также для изучения препятствий для карьерного роста женщин в журналистике.

Актуальность статьи обусловлена значительным влиянием СМИ и «новых медиа» на общественное мнение, а также недостаточным использованием институциональной теории для исследований современных российских медиа.

Институциональный анализ начал применяться в России в середине 1990-х годов [Российская повседневность..., 1996; Агафонов, 2000]. Под институтами подразумеваются действующие правила и санкции, образующие формальные и неформальные рамки для взаимодействия между людьми. Эти правила формируют институциональную среду, которая подвержена изменениям под воздей-

¹ Проект «Молоток» был реализован медиапроектом «7x7. Горизонтальная Россия» в 2020—2021 гг. В 2023 г. проект «7x7. Горизонтальная Россия» был признан Министерством юстиции РФ «иностранным агентом».

ствием акторов. Такое понимание восходит к работам политолога и экономиста Э. Остром [Ostrom, 1990]. В 2000—2020-е годы развитие институциональной методологии и применение ее в разных областях социологии и политологии нашло отражение в серии работ российских ученых [Институциональная политология..., 2006; Панов, 2015; Патрушев, 2001; Патрушев, Филиппова, 2018, 2019; Господство..., 2019; Структуры..., 2020; Институциональная политология 2.0..., 2024], в том числе на тему гендерных отношений [Айвазова, 2007а, 2007б, 2014, 2017; Айвазова, Мирясова, 2018; Великая, Овчарова, 2020; Овчарова, 2011; Чернова, 2019].

Авторы журнала «Гендер и СМИ», издававшегося факультетом журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова в 2010—2021 гг., систематически рассматривали гендерные проблемы и их отражение как в российских СМИ, так и за рубежом. В частности, констатировалась ключевая роль журналистики и медиа в информировании о гендерных конфликтах, ответственность за формирование у аудитории адекватной гендерной культуры [Смирнова, 2021]. Значение субъектности женских организаций для институциональных изменений находится в прямой взаимосвязи со сложившейся в обществе системой взглядов на равноправие полов и уровнем демократии [Хасбулатова, Смирнова, 2020].

Понятие «гендерный порядок» используется и как аналитическая категория, и как прикладная, например, для анализа образа Европы в российских СМИ [Рябов, Рябова, 2014; Силласте, 2019]. Анализируются изменения в риторике СМИ в отношении таких тем, как насилие и домогательства, процесс формирования «новой этики» [Стебловская, 2021]. Изучаются образы политиков в массмедиа, используемые гендерные метафоры [Завершинская, 2013; Кашина, Дмитрикова, 2008]. Результаты исследования образа женщины-политика на примере президентской кампании говорят о том, что СМИ нередко уделяют повышенное внимание личной жизни политиков-женщин, а репрезентация кандидатов-мужчин и кандидатов-женщин существенно различается [Бондаренко, 2018]. Выделяются различия в дискурсе темы материнства, описывается роль медиализации материнства в поддержании гендерного порядка [Сасункевич, 2009].

В докладе Экспертного центра Конфедерации труда России сделан вывод, что в подходах к освещению сексуализированного харассмента в российских СМИ в 2010—2020-х годах произошли существенные изменения. Эта тема была проблематизирована журналистами и экспертами и в значительной мере стала обсуждаться с позиции сочувствия к женщине — жертве сексуального насилия².

В отдельных публикациях можно встретить оценки масштабов гендерного неравенства в журналистике и его влияния на контент [Хоткина и др., 2020: 337—339]. Коллективный труд сотрудниц Института социально-экономических проблем народонаселения РАН посвящен тенденциям и причинам феминизации медиаиндустрии, гендерным особенностям оплаты труда и карьерного роста, влиянию гендерных факторов на выбор тематики публикаций [Александрова и др., 2017: 33—41].

² Мирясова О. А., Сулейманова Ф. С., Горшкова И. Д. Обзор ситуации с насилием и харассментом в сфере труда в перспективе применения и ратификации Конвенции МОТ № 190 в Российской Федерации. М.: Комиссия по гендерному равенству КТР, Экспертный центр КТР. 2021. С. 44—52. URL: <https://istina.msu.ru/publications/book/551198437/> (дата обращения: 21.03.2025).

Методология и эмпирическая база исследования

Методология исследования базировалась на институциональном анализе и активистско-деятельностной парадигме. Объединяет эти концепции акцент на решающей роли субъектов социального действия, которые в ходе практической деятельности изменяют социальные условия и формы своего бытия, а затем и институты, понимаемые как комплекс формальных и неформальных принципов, норм, правил, обуславливающих и регулирующих деятельность человека. Например, в социально-конструктивистской версии институционализма в обществе непрерывно формируются институциональные практики. Социальная иерархия институционализирована, но аутсайдеры ставят под сомнение сложившийся порядок и стремятся его изменить [Граждане и политические практики..., 2011: 34].

Д. Норт обращает внимание на высокие издержки институциональных изменений, что приводит к высокой устойчивости неэффективных «правил игры» и устаревших форм социального устройства. Он выделяет три разновидности институтов: 1) неформальные ограничения, которые складываются спонтанно; 2) формальные правила (законы, постановления и др.), которые устанавливаются и поддерживаются силой государства; 3) механизмы принуждения (суды, полиция, надзорные инстанции) [Норт, 1997].

Использованный нами институциональный анализ [Панов, 2015; Патрушев, 2001] позволяет исследовать влияние СМИ на дискурс как институциональной среды (складывающейся из общественного мнения, законодательства, деятельности государственных институций, рынка рекламы), так и сообществ, связанных общими нормами и/или совместной деятельностью (редакции как коллектива и как субъекта экономических отношений, потребителей контента, рекламодателей, общественных организаций, неформальных сообществ, т. д.). В то же время мы рассматриваем СМИ как акторов, которые воздействуют на институциональную среду, порождая в ней изменения.

Ввиду разнообразия типов профессиональной занятости информанток эмпирический материал был разделен на две группы: основной и вспомогательный. В качестве основного использовались интервью с журналистками и контент-анализ материалов тех региональных СМИ, которые в большей или меньшей степени отвечали критериям традиционных СМИ: 1) сотрудники редакции работали по найму, 2) редакция состояла не менее чем из пяти человек, 3) СМИ ориентировалось на освещение широкого круга тем (не только темы гендерного равенства или, например, противодействия домашнему насилию). В этой группе СМИ на действия журналисток влияли включенность в коллективный процесс создания контента и заинтересованность в получении вознаграждения (в отличие от волонтерской работы), политика издания определялась редакторами и учредителями с той или иной степенью участия коллектива, организационная структура была достаточно стабильной. Во второй группе (вспомогательный материал) остались информантки из «новых медиа» (блогерки, ведущие инстаграм-каналов), а также фрилансерки, сотрудницы и активистки общественных организаций. Их высказывания учитывались для сравнения.

Эмпирической базой послужили углубленные полуструктурированные интервью с журналистками и главными редакторами, руководителями, соучредите-

лями СМИ, результаты включенного наблюдения в ходе презентации проектов, а также контент-анализ публикаций³. Структурный контент-анализ был проведен путем «ручного» отбора (через поисковые системы на сайтах СМИ) материалов за год по ключевым словам⁴, отражающим возможный спектр публикаций на темы гендерной повестки. Во внимание принимался факт наличия или отсутствия контента по теме, содержание заголовка, размеры публикации, наличие сексистских и жаргонных выражений, общее содержание публикации (аналитический, новостной материал, «криминальная история», интервью; наличие информационного повода; наличие авторской оценки, эмоциональная окрашенность текста или видеосюжета).

Представленность гендерной проблематики в региональных СМИ

Наиболее часто региональные СМИ⁵ в 2020—2021 гг. освещали два блока тем в рамках гендерной проблематики: 1) домашнее насилие (как новости о преступлениях, которые были описаны как домашнее насилие, так и статьи о проблеме в целом и способах ее решения, о приютах для жертв насилия, общественных организациях и т. д.) и 2) знаменитые, успешные или просто заметные женщины («истории успеха» в профессии, политике, бизнесе, спорте, в «мужских» профессиях).

Во второй половине 2010-х годов проблема домашнего насилия попала в повестку самых разных медиа и оставалась широко обсуждаемой в начале 2020-х годов. Произошло это благодаря деятельности женского и феминистского движений, а также в связи с рассмотрением в Госдуме РФ законопроекта по противодействию домашнему насилию, что создало многочисленные информационные поводы. Постепенно эта тема переместилась из раздела криминальной хроники в группу публикаций о социальных проблемах, появились спецпроекты, СМИ начали публиковать информацию о местонахождении шелтеров для жертв насилия и пытаться оказать помощь героиням своих публикаций. Заголовки многих из них говорят сами за себя: «Домашнее насилие: как понять, что ваш партнер — абьюзер? Куда обращаться, если конфликты в семье решаются только силой» («Моё! Плюс. Цифровая газета Воронежа». 10.07.2020), «Число жертв домашнего насилия в Воронеже выросло вдвое. Такую оценку дают активисты общественных организаций» («Моё! Плюс. Цифровая газета Воронежа». 22.05.2020), «Феминистки

³ Общее число СМИ, «новых медиа» и общественных организаций, представительницы которых приняли участие в школе медиаменеджмента, — 24. Были классифицированы как «традиционные СМИ» и отобраны для основной группы 15 СМИ из следующих регионов: Астраханской, Белгородской, Воронежской, Новосибирской, Ростовской, Рязанской, Омской, Томской областей, Республик Карелия, Бурятия, Северная Осетия, Татарстан, а также одно межрегиональное новостное СМИ. По типам СМИ: новостных — 7, порталов о культурной жизни города или региона — 3, региональных телекомпаний — 2, межрегиональных СМИ, освещающих события российской провинции, — 1, общественно-политических газет — 1, студенческих изданий — 1. Период проведения интервью: сентябрь 2020 г. — июнь 2021 г. Общее количество интервью — 47. Сбор эмпирического материала и его анализ проводился совместно с м. н. с. Института социологии ФНИСЦ РАН Ю. Е. Островской.

⁴ Публикации отбирались в 15 региональных СМИ за период с апреля 2020 г. по июнь 2021 г. В качестве ключевых слов для поиска использовались следующие: 1) харассмент, домогательства, домашнее насилие, гендер, 8 Марта, феминизм (феминистка), изнасилование, аборт, материнство; 2) женщины (женщина) — для выяснения наиболее распространенного контекста публикаций о женщинах.

⁵ Выводы сделаны на основании анализа интервью с журналистками и редакторами, а также контент-анализа СМИ, отобранных для участия в проекте. Выборка не была репрезентативной, выводы могут считаться только предварительными.

Ростова провели акцию памяти жертв домашнего насилия» («1Рнд». 08.03.2021), «Рязанки могут получить бесплатную помощь в случае домашнего насилия» («Рязанские Новости». 10.06.2021).

Значительному числу публикаций о домашнем насилии⁶ способствовало то, что, с одной стороны, они относятся к так называемому шок-контенту (который привлекает внимание аудитории, повышает трафик), а с другой — общественное мнение откликалось на них с позиции сочувствия женщине-жертве.

Глава холдинга ориентировался на просмотры и цифры, и поэтому... чем более хайповый, тогда такого слова не было, чем более дискуссионная тема, тем... То есть женщины-проститутки, нелегальное что-нибудь, ему все это очень нравилось на портале. (Жен., журналистка регионального новостного портала)

Один из примеров: у нас в Воронеже начал работать федеральный сервис «позовите Галю». Женщина, которая столкнулась с домашним насилием, может зайти в магазин и сказать «позовите Галю» — это кодовая фраза, и ей должны помочь. Когда мы узнали об этом, сразу написали. Советы психологов о том, как вести себя, если вы стали жертвой домашнего насилия, мы тоже публикуем. (Жен., журналистка регионального новостного СМИ)

«Истории успеха» — жанр, достаточно распространенный в СМИ всех типов. Консервативные медиа рассказывают истории многодетных матерей, совмещающих материнство и карьеру, «бульварные» СМИ уделяют много внимания биографиям «звезд» (актрис, музыкантов и т. д.), деловые издания — историям женщин в бизнесе. подача материала и расставленные акценты в значительной степени зависят от позиции редакции и автора публикации и лежат в диапазоне от явно сексистского высказывания до феминистского.

Заметное число публикаций касается историй создания женщинами своего бизнеса. Отчасти это связано с региональными программами поддержки предпринимателей. В таких статьях зачастую воспроизводится доминирующий дискурс о важности семейной роли женщины, бизнес рассматривается как дополнение к роли матери или жены.

В России более миллиона безработных женщин-мам. Многие мечтают открыть собственное дело, но не могут сделать этого из-за отсутствия стартового капитала, необходимых знаний и бизнес-компетенций. Многие просто не верят, что смогут сочетать материнство и бизнес. <...> Идея Елизаветы переросла в бизнес из обыкновенной материнской заботы. У Лизы две дочки, четырех и двухлет, и она решила заменить им химические сладости на полезные. («Белпресса». 25.11.2020)

Программа «Женский бизнес. Хочу. Могу. Делаю» помогает предпринимательницам ... У Елизаветы — маленький ребенок, и он еще не ходит в садик. Совмещать роль мамы

⁶ В девяти высокоцитируемых СМИ в 2010—2020 гг. вышло 1466 публикаций, посвященных теме домашнего насилия [Казун и др., 2022: 158].

и бизнесумен сложно, но главное, уверена Лиза, не нарушать баланс. (Городской портал «Томск.ру». 27.11.2020)

Иногда журналисты пытаются сделать материал более интересным за счет акцента на противоречиях между общепринятым образом женщины и родом ее занятий или образом жизни, между разным восприятием одних и тех же практик. Например, у членов женской сборной по боксу в ходе интервью спрашивают, взяли ли они с собой на соревнования туфли на каблуках, или собирают мнения по поводу косметических процедур.

Корреспондент: «Женщины всегда стремились соответствовать идеалам красоты. И, пожалуй, самой обсуждаемой частью тела была и остается грудь, которой у меня нет, ее размер, форма. Какой должна быть идеальная грудь и как ее изменить?»

Сабрина Амо, лидер группы «Аборт мозга», психолог: «Женщина с грудью и женщина без груди ничем совершенно не отличаются. Женщина отличается своей харизмой и своей личностью». («Телекомпания АТВ». 19.05.2020)

Упоминаний о традиционных женских ролях избегают, если материал подготовлен в формате новостной заметки или это неуместно, например, в силу возраста героини публикации.

Члены комитета по соцвопросам рязгордумы одобрили установку мемориальной доски хирургу Алле Левушкиной. С такой инициативой выступил коллектив горбольницы № 11. Хирург умерла 23 января 2020 года на 93-м году жизни. Она работала врачом около 70 лет и провела более десяти тысяч успешных операций. (Издательство «Пресса». Новости районов Рязанской области. 21.10.2020)

Когда встречаются публикации с «историями успеха» без отсылок к традиционным женским ролям, на фоне широко распространенного подхода к описанию женских биографий в контексте семейных ролей они выглядят феминистскими даже без отсылки к идеологическим конструктам и акцента на независимость героини. Например, следующее введение предваряет интервью с четырьмя научными сотрудниками, автор не использует феминитивы, поскольку это не принято в издании):

Современный российский ученый — фанатик, влюбленный в свое дело. 8 февраля — День российской науки. Молодые ученые Карельского научного центра РАН по традиции в этот день отвечают на наши вопросы. Рассказывают о пути в науку, своих исследованиях, распорядке дня, отдыхе и отношении к спорту. (Интернет-журнал «Лицей». 08.02.2021)

Тексты, которые рассказывают о сложностях построения женщинами карьеры в связи с бытовым сексизмом и предрассудками, встречаются редко. Обычно они выходят из-под пера женщин-журналисток с уже сформированной гендерной оптикой.

Авторы журналистского социального проекта «Гласная»⁷, который пишет о женщинах, меняющих этот мир, поговорили с главой IT-компании из Воронежа Еленой Меньшиковой о том, как ей далась карьера в мужской сфере и как женский стиль управления меняет российский бизнес. Елене Меньшиковой 32 года, работает в сфере IT почти десять лет, основательница воронежской компании MITLabs. И все эти годы ей приходится опровергать распространенное представление о том, что компьютерные технологии — неженская сфера. (Проект «Гласная». 11.11.2020)

Остальные темы публикаций, связанных с гендерной проблематикой, сложно выстроить в иерархию по частоте использования, так как они немногочисленны, а тематика достаточно разнообразна. Появление такой публикации в конкретном региональном СМИ обусловлено скорее случайными обстоятельствами, чем политикой издания: наличием информационных поводов, личной инициативой журналистов, специализацией издания на определенной повестке (социальной, культурной, студенческой, т. д.). Например, некоторые издания ежегодно публикуют просветительские материалы в связи с праздником 8 Марта, Днем женщин и девочек в науке, освещают акции феминисток, если таковые проводятся.

Смоленские феминистки провели арт-акцию «Женское дело». <...> В 16 часов активистки сообщества «Женское дело Смоленск» вышли с серией одиночных пикетов на площадку перед кинотеатром «Современник». («Readovka67.ru — Важное в Смоленске». 08.03.2021)

Тематически журналистские материалы, касающиеся гендерной проблематики, можно объединить в следующие блоки. Первая группа тем связана с сексуальностью: это сексуализированное насилие (в том числе как часть криминальной хроники), шантаж женщины сексуальными видео или фото, сексуализированный харассмент (домогательства) на рабочем месте или по месту учебы, проституция (секс-работа), сексуальная свобода женщин. Вторая группа может быть названа «женщина и работа»: занятость и безработица, препятствия для продвижения по карьерной лестнице (в частности, дискриминация женщин с детьми при приеме на работу), список запрещенных для женщин профессий, женщины в науке (культуре, бизнесе, политике, спорте), возможность совмещения работы и материнства (в том числе детсады, льготы для работающих женщин, городская инфраструктура). Третья — «женщина и семья»: похищение невест и принудительное замужество (Кавказ), аборт, похищения детей отцами после развода, алименты (в контексте обсуждения семейных ролей). Четвертая — образ женщины в культуре: сексистская реклама, сексистские стереотипы в культуре и образовании.

Тема сексуализированного харассмента (домогательств), значимая для повестки федеральных и столичных СМИ⁸, в региональных медиа в 2020—2021 гг. освещалась редко, в том числе в связи с тем, что женщин, готовых публично

⁷ 04.04.2025 проект признан средством массовой информации, выполняющим функции иностранного агента.

⁸ Шульга А. С. Тема харассмента в российских и зарубежных медиа: истории, фреймы, образы. Выпускная квалификационная работа. М.: Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». 2018. URL: <https://www.hse.ru/edu/vkr/218755026> (дата обращения: 18.02.2025).

рассказать свою историю, в регионах оказалось заметно меньше. Кроме того, в освещении домогательств заложена проблема потенциальных высоких издержек для редакции в форме исков в защиту чести и достоинства от обвиняемых в харассменте, а также проблема соблюдения стандартов «доказательной журналистики».

Что касается харассмента, это самая — я говорю о доказательной журналистике — сложная история с моей точки зрения в профессиональном смысле. Все то, что я на эту тему читаю, при всем моем уважении к авторам... Не все это соответствует моему представлению о доказательной журналистке. Информация должна быть из нескольких источников, вы должны поговорить со второй стороной, какой бы плохой она тебе ни казалась и какой бы она плохой в действительности ни была. (Муж., главный редактор новостного портала)

Региональные СМИ нередко пишут о сексуализированном насилии (например, принудительных браках), используя сексистскую оптику. В «бульварной прессе» в первую очередь публикуются материалы на «кликабельные» («хайповые») темы, связанные с криминалом, сексом, скандалами или «звездностью». Иногда о пострадавшей стороне говорится с сочувствием, но нередко — пренебрежительно или иронично, используются формулировки «жрицы любви», «слабый пол» и т. д. Лексика и «подача» материалов может варьироваться в очень широком диапазоне — в зависимости от имиджа издания, этических ограничений, принятых в редакции, сексистских стереотипов авторов и руководства.

Я считаю, что у нас гендерно-нейтральный язык по общей части, каких-то откровенных сексистских вещей мы себе не позволяем, собственно, что касается языка, мы стараемся держаться в норме языка, скажем так. Естественно, какие-то феминитивы мы используем — скорее общепринятые, если об этом, что-то новое мы... Неологизмы не изобретаем. (Жен., журналистка новостного портала)

Наша аудитория — это молодые люди от 18 до тех пор, пока люди считают себя молодыми, и мы очень много пишем про секспросвет, гендерные стереотипы развенчиваем. Наш основной контент — это всевозможные спецпроекты, которые мы делаем на тильде в виде фотопроектов, видеопроектов, основная цель этих проектов — донести до людей какие-то заблуждения и развенчивание тех или иных стигм. (Жен., член редакционного коллектива проекта о культурной жизни города)

Сами журналистки и редакторы (как мужчины, так и женщины) отмечают, что стараются соблюсти баланс между негативной и позитивной информацией, но представления об оптимальном соотношении у всех разные. Если экономическая успешность медиа зависит от рекламодателей и числа просмотров (кликов), то редакция в большей степени ориентирована на «шок-контент». Если СМИ имеет государственное финансирование, то негативная информация будет слабо эмоционально окрашена, а количество публикаций о криминальных происшествиях и социальных проблемах — ограничено. СМИ о культуре города или региона изначально

ориентированы на позитивный контент и стремятся рассказывать об «историях успеха» или необычных занятиях, профессиях женщин.

Отметим, что в СМИ почти не представлена тема гендерного неравенства в сфере труда и повседневности. Крайне редко появляются материалы о неравной оплате труда, гендерных стереотипах в быту (мужские и женские профессии, распределение семейных обязанностей между мужчинами и женщинами), домашнем труде и т. д. Это объясняется, в частности, отсутствием информационных поводов⁹ и слабой проблематизацией этих неравенств как таковых в общественном сознании по сравнению с темой насилия.

Гендерное неравенство в связи с материнством (в частности, проблемы матерей детей-инвалидов, одиноких матерей, доступность детских садов, бедность семей с детьми) освещается в СМИ достаточно часто, но редакции воспринимают эту проблематику скорее как социальную — вне гендерной повестки. При уточняющем вопросе в ходе интервью о представленности в издании тематики материнства они признают ее наличие и вспоминают, что пишут об этом регулярно или время от времени, но в контексте обсуждения гендерного неравенства эта тема никогда не упоминается. Возможно, из-за того, что понятие «гендерное» в российском дискурсе ассоциируется с «феминистским», «оппозиционным», «активистским» подходом, а женщины с детьми представлены в общественном сознании как объект заботы со стороны расширенной семьи, власти, общества. «Мамочкам»¹⁰ естественно просить, им нужно помогать, опекать, но их проблемы воспринимаются как находящиеся за рамками актуального феминистского дискурса, поскольку речь идет о создании условий для выполнения традиционной женской роли.

Маркировка ряда проблем как исключительно женских (доступность городской среды, детсады, пособия на детей, т. д.) закрепляет стереотип, что уход за детьми — прерогатива женщин. С одной стороны, в российском обществе все больше отцов вовлекается в уход за детьми, с другой — региональные СМИ продолжают воспроизводить сложившийся дискурс, в котором центральной фигурой остается мать. Тема «(не)правильного отцовства» поднимается преимущественно в связи с досугом и образованием детей, иногда — в связи с алиментами.

Институциональная среда и эффект «тропы зависимости»

Концепция СМИ, в которую в том числе заложена экономическая модель его существования, формируется еще в момент его создания и в значительной степени определяет редакционную политику. Тематика и способ подачи материалов («контент») зависят прежде всего от главного редактора, учредителя, директора, но также и от аудитории, редакционного коллектива и внешних акторов (органов власти, рекламодателей, общественных организаций).

Руководство обязано обеспечить экономическую успешность СМИ, а также принимать во внимание законодательные ограничения. Редакции руководству-

⁹ В случае с проблемой домашнего насилия в 2010-е годы женские и феминистские организации постоянно создавали информационные поводы для публикаций, чтобы привлечь внимание к проблеме. Это отмечают сами журналистки.

¹⁰ В публикациях российских СМИ нередко встречается именно эта уменьшительно-ласкательная форма слова: «Дети мечтают о новой площадке! Мамочки Уфы требуют поменять устаревшие игровые зоны» (пример заголовка).

ются прежде всего законом «О СМИ»¹¹, а с 2013 г. они также вынуждены соблюдать требования закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»¹², и маркировать соответствующие публикации 18+ либо избегать их. Значение имеют нормы законодательства о недопустимости клеветы и оскорблений в публичном пространстве¹³. В частности, руководители региональных медиа стремятся избежать обращений в правоохранительные органы и исков о защите чести и достоинства, которые могут нанести серьезный экономический ущерб изданию или привести к его закрытию.

На политику издания в ряде случаев оказывается влияние и за рамками правового поля: «Была одна история, когда у нас вырезали кадры спортсменов, которые занимались мужскими видами спорта» (жен., журналистка ТВ, Северный Кавказ).

Изученные нами СМИ можно разделить на три группы: 1) имеющие в качестве основного источника финансирования государственные средства, 2) СМИ, находящиеся в собственности и работающие под контролем владельца, 3) самокупаемые СМИ (за счет пожертвований, подписки, рекламы, партнерских проектов)¹⁴.

В СМИ, финансируемых государством, редакционная политика консервативна по отношению к гендерной повестке, но и публикаций женоненавистнического характера (оскорбительных по отношению к женщинам или отдельным их группам) в них почти нет. Сексизм в публикациях имеет другой характер: женщинам предписывается определенное поведение в рамках концепции «заботы» со стороны общества, в котором власть и ресурсы находятся у мужчин. Большинство публикаций с упоминанием женщин относятся к криминальной хронике, отчетам органов власти либо посвящены теме материнства и самореализации женщин как профессионалок или спутниц успешных мужчин.

Из наиболее значимых спортивных достижений уходящего года можно отметить второе место заводской женской сборной команды по волейболу на Всероссийском зимнем корпоративном фестивале в Казани. («Рязанский городской сайт RZN.info». 29.12.2020)

СМИ, работающие под контролем владельца и при его финансовой поддержке, зависят от его представлений о норме. Руководство и редакция занимаются поиском баланса между эффективным привлечением пользователей путем публикаций материалов на скандальные темы и сохранением имиджа издания как «цивилизованного СМИ».

¹¹ Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124—1. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/ (дата обращения: 20.03.2025).

¹² Федеральный закон N 135-ФЗ от 30 июня 2013 г. «О внесении изменений в статью 5 Федерального закона „О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию“ и отдельные законодательные акты Российской Федерации в целях защиты детей от информации, пропагандирующей отрицание традиционных семейных ценностей». URL: <https://rg.ru/documents/2013/06/30/deti-site-dok.html> (дата обращения: 20.11.2024).

¹³ УК РФ Статья 128.1. Клевета; КоАП РФ Статья 5.61. Оскорбление.

¹⁴ Автор исследования не ставила целью изучить экономические модели функционирования СМИ. Данные обобщения сделаны в связи с упоминаниями в интервью препятствий для публикации материалов на ту или иную тематику или, напротив, заинтересованности издания в них.

Самоокупаемые издания в наибольшей степени зависят от потребителя контента, среди них есть две группы: 1) «бульварная пресса», отдающая предпочтение «кликабельным» материалам и нередко полностью игнорирующая этическую сторону вопроса; 2) СМИ, ориентированные на образованную молодежную аудиторию и лояльные теме равенства мужчин и женщин.

Мы, пожалуй, <...> чаще всего освещаем гендерные темы [в регионе]. Это связано на 50 % с новостной повесткой и на 50 % — с инициативой журналистов, потому что [эти] люди гораздо лучше разбираются в этой проблематике, нежели я, и тут не я говорю им, что им делать, а они мне говорят, что они будут делать. (Муж., редактор новостного портала)

В двух изданиях из 15 редакционная политика поощряла регулярную публикацию материалов на гендерные темы, а «продвижение» идеи гендерного равенства было заявлено одной из целей этих СМИ.

У меня смена шесть часов, и шесть часов я публикую новости на свое усмотрение. Соответственно, в мое усмотрение входит фемповестка. В этом случае регулирующим механизмом является собственная оценка редактора, журналиста уместности конкретного материала и соблюдения баланса, поскольку «редакция не хочет превращаться в хронику бедствия женщин на территории РФ». (Жен., выпускающая редакторка регионального новостного портала)

Кроме следования концепции СМИ, журналисты и руководство при выборе тематики материалов учитывают интересы и представления о «норме» аудитории своего медиа.

Представление о том, что «нормально» для аудитории, нередко становится решающим при обсуждении материалов на «острые» гендерные темы (аборты, секс-работа, домогательства и т. д.). Потребители контента дают редакции обратную связь через комментарии под публикациями на сайте издания или в соцсетях, а иногда и другими способами. Несмотря на то что высказывания активных комментаторов совсем не обязательно отражают мнение остальной — молчащей — части аудитории, редакция их принимает во внимание.

Я могу сказать, давайте перейдем на феминитивы, чтобы пенсионеры привыкали к новому, но редакция не хочет получить от них шквал негативных высказываний на почту или по телефону. Наверное, все-таки не очень хочется тревожить этот улей с пчелами. (Жен., начинающая корреспондентка газеты для жителей села)

Под некоторыми материалами редакции сразу закрывают комментарии, чтобы не тратить время на модерацию. Они вынуждены принимать во внимание возможные издержки, связанные с активностью «хейтеров» — активистов антифеминистских и женоненавистнических групп или просто сексистски настроенных граждан, готовых написать донос в прокуратуру. Некоторые СМИ это удерживает от публикации материалов на темы, связанные с наиболее спорными вопросами.

Есть агрессивная часть, которая никому из нас не дает жить, а СМИ вообще не дают выполнять свой долг. Конечно, мы как журналисты, мы обязаны поднимать эти темы, но я вот не знаю, как в этой ситуации... (Жен., редакторка портала об образовании и науке)

К внутренним ограничениям редакции как института нужно отнести консерватизм собственников, коллектива или руководства СМИ; их сексистские стереотипы и нежелание экспериментировать с «острыми» темами; сложность проверки информации, связанной с травмирующей тематикой.

Когда я сталкиваюсь с гендерно-чувствительной темой, например, насилием в отношении женщин, когда она декларируется условно пострадавшей или ее представителями или какими-то близкими ее знакомыми, я с осторожностью подхожу к этой теме, потому что понимаю юридические риски редакции. И сразу начинаю представлять, где и какие комментарии я смогу достать, насколько я внутри себя вообще интуитивно уверена, что эта тема норм, и далеко не всегда она доходит до того, чтобы быть предложенной редакции, иногда я сама отказываюсь. (Жен., корреспондентка новостного портала)

Позиция рядового журналиста в иерархии должностей не предполагает вмешательства в редакционную политику. Среди участниц исследования были в основном молодые журналистки, которые не занимали статусных позиций. Большинство опрошенных отметили, что не пытались продвигать гендерную проблематику в своем СМИ. Опыт тех, кто пытался, разнится.

Когда я сказала о том, что я хочу, чтобы это был прямо женский проект всецело, чтобы поднять эту повестку, мне сказали, что это будет сексизмом по отношению к мужчинам — выделять женщин. (Жен., журналистка газеты для жителей села)

Редакция понимает, что аудиторию нужно держать в тонусе, поддерживать и оставаться на одной волне со своим зрителем, а самое главное — оставаться на одной волне со своими рекламодателями. (Жен., журналистка регионального телевидения)

Многие опрошенные отмечали недостаток информационных поводов и героинь для публикаций.

Самый большой отклик вызывают истории реальных людей, а люди чаще всего не стремятся рассказывать про подобные случаи [о домогательствах]. (Жен., журналистка информагентства)

Те журналистки, которые к моменту проведения интервью задумывались о проблеме сексизма в массмедиа, отмечают как проблему отсутствие гендерной экспертизы контента СМИ, в том числе внешней экспертизы, а также важность принятия изданием внутренних политик по контролю за контентом. Они предлагают вводить постоянные рубрики («Женский взгляд»), предусматривать в редакции

должность «гендерного редактора», который отвечал бы за интеграцию гендерной проблематики в редакционную политику, отслеживал сбалансированность числа материалов о мужчинах и женщинах, лексику и контекст освещения гендерно чувствительных тем, занимался просвещением журналистов.

Я когда-то увидела вакансию на Русской службе Би-Би-Си¹⁵, они искали то ли корреспондента, то ли редактора, который был бы заточен на освещение гендерно чувствительных тем с большим уклоном на женскую проблематику. Подумала: как здорово, вообще было бы неплохо, чтобы отдельно взятый человек в любой редакции сидел и мониторил это все. (Жен., редакторка новостного портала)

Проблему отсутствия гендерной оптики при подготовке материалов отмечает и редактор региональной общественно-политической газеты: «Мы специально не думаем об этом гендерном аспекте, вроде как он у нас сам собой. А нет, мы должны выходить на новые какие-то рубежи и направления» (жен., редактор газеты).

Журналистки отмечают недостаток образовательных мероприятий, которые бы помогли им научиться увязывать гендерную проблематику с актуальной повесткой регионального СМИ. Есть запрос на обучение гендерной теории, гендерной чувствительности, поиску экспертных мнений, работе со статистикой и т. д.

Изученные нами региональные СМИ можно поделить на «скорее консерваторов» и «скорее новаторов». «Консерваторы» не пытаются воздействовать на сложившийся в российском обществе дискурс в направлении гендерного равенства. Их редакционная политика представляет собой институциональное ограничение для журналистов-новаторов. Но и усилия редакций-«новаторов», стремящихся к изменениям, встречают серьезные препятствия.

С точки зрения влияния институциональной среды на изменения мы наблюдаем предпосылки для следования по «тропе зависимости»: редакция стремится оправдывать ожидания аудитории (предполагаемые ожидания, исследования аудитории региональные СМИ не проводят) и создавать минимизирующий риски контент. Редакционный коллектив находится в поиске новых тем, чтобы сохранить позиции в рейтингах, но делает это осторожно, с оглядкой на возможные негативные последствия, в том числе критику консервативной части аудитории, административное или уголовное преследование, экономический ущерб (иски в защиту чести и достоинства, снижение доходов от рекламы). Читатели, в свою очередь, воспринимают СМИ не только как источник информации, но и как источник авторитетного мнения, что способствует сохранению устоявшихся норм.

Перспективы институциональных изменений

В последнее десятилетие традиционные СМИ постоянно конкурируют за внимание читателя с новыми источниками информации и способами подачи материала. На распространение гендерной повестки сказывается появление «новых медиа», инфлюенсеров, блогеров, ведущих авторских Telegram- и YouTube-каналов, сообществ

¹⁵ В 2022 г. сайт издания был внесен в реестр интернет-ресурсов, «содержащих призывы к массовым беспорядкам, экстремизму и участию в незаконных массовых акциях» и заблокирован на территории РФ.

в социальных сетях. Их влияние в большей степени распространяется на молодежь. Изменился характер публичных коммуникаций, появились новые акторы, выросла роль неформальных лидеров общественного мнения [Киуру, Кривоносов, 2020].

«Новые медиа», как правило, не имеют официального статуса СМИ и в меньшей степени ограничены законодательством, работают на волонтерской основе или финансируются за счет краудфандинга, активно работают с острыми темами, привлекательны для молодежи неформальностью и гибкостью, часто говорят на языке своей аудитории (например, субкультурной). Безусловно, среди «новых медиа» достаточно и тех, кто транслирует традиционалистскую повестку, но в целом им свойственна большая открытость к новым точкам зрения, отличающимся от мейнстрима, вызывающим дискуссии в обществе. «Новые медиа» во многом построены на трансляции личного мнения знаменитости или самого блогера, что делает их инструментом в руках активистов и журналистов, нацеленных на продвижение определенной повестки. Это позволяет рассматривать «новые медиа» как эффективный инструмент для популяризации идей гендерного равенства.

Сейчас интересы молодого поколения <...> они сдвигаются больше от медиа к блогерам, и вот как раз блогеры и активисты <...> они распространяют свое влияние, набирают свою маленькую целевую аудиторию. И вокруг нее формируется еще дальше аудитория. (Жен., журналистка новостного холдинга)

Информанты отмечают наличие молодежной аудитории, заинтересованной в открытом обсуждении проблематики гендерного (не)равенства. «Новые медиа» ориентированы именно на организацию дискуссии, получение обратной связи от аудитории в противовес декларированию единственной точки зрения традиционными СМИ.

Например, негативная реакция читателей не препятствует публикации материалов по секспросвету в блоге о культурной жизни региона. Это существенно отличается от позиции традиционных медиа, которые стремятся уйти от потенциально скандальных тем, чтобы не тратить ресурсы на конфликты с «хейтерами».

Когда ты поднимаешь какую-то тематику, связанную секспросветом, с гендерными какими-то проблемами, всегда находится куча хейтеров, которые пишут, что место женщины в углу, место женщины на кухне, <...> и так далее. С одной стороны, мы к этому привыкли, потому что после проекта про женщин мы реально огрубели, с другой стороны, каждый раз, ты понимаешь, что это новое поле для деятельности. Чем больше таких хейтеров, тем больше мы понимаем, что у нас есть работа. То есть для нас это такая тоже точка роста. (Жен., редакторка блога)

Поскольку молодежь находится в поиске жизненных ориентиров, «новые медиа» могут оказывать значительное влияние на ее взгляды.

Для региональных СМИ «новые медиа» региона нередко становятся источником новых тем и новых подходов, а необходимость создавать страницы в социальных сетях для привлечения аудитории способствует заимствованию подходов к созданию контента у «новых медиа». В то же время на журналистов региональных изданий влияет изменение дискурса авторитетных федеральных СМИ. Чаше

всего новые проблемы, поставленные федеральными изданиями, освещались в региональных в рамках спецпроектов или отдельных тематических материалов, так как последние сконцентрированы на местной повестке.

Важным фактором присутствия гендерной повестки является наличие информационных поводов, связанных с регионом. Это может быть «история успеха», трагический случай, культурное событие, уличная акция и т. д. Региональные медиа стремятся прежде всего освещать события, происходящие в регионе, поэтому существование местных проектов, инициативных групп, коллективов (феминистских, антисексистских) оказывается значимым.

А вот, допустим, какие-то громкие истории происходили с харассментом или еще что-то, они в какой-то мере попадали к вам или нет? Это особенность регионального издания, то есть у нас максимальный фокус на местной повестке. И, соответственно, где-то в Москве произошло что-то... Мы об этом не пишем, потому что мы пишем о том, что произошло у нас. Поэтому глобальные истории нас мало коснулись... Конечно, нас коснулись, мало это выражено именно на страницах издания. (Жен., журналистка общественно-политического портала)

Проблематизация нормы — важная предпосылка институциональных изменений. На примере темы сексуализированных домогательств можно утверждать, что роль СМИ в этих изменениях может быть высока.

После старта флешмоба #MeToo в октябре 2017 г. лица, пострадавшие от домогательств, стали публично рассказывать о случаях насилия. Пик числа публикаций по тематике сексуализированного харассмента пришелся на 2018 г. Если поначалу СМИ (особенно так называемые «бульварные») публиковали преимущественно скандальные истории из жизни «звезд», то в 2019 г. тематика публикаций, связанных с харассментом, стала более разнообразной. Издание «Коммерсантъ» за год опубликовало 132 материала с упоминанием термина «домогательства». Они касались расследований обвинений в харассменте, перспектив ратификации Россией Конвенции МОТ № 190, законодательных инициатив, новинок кино, опросов жителей России на тему харассмента. В 2020—2021 гг. РБК, «Ведомости», Esquire, Forbes и другие деловые СМИ кроме новостей об отставках политиков и руководителей компаний в связи с обвинениями в харассменте также публиковали интервью с психологами и экспертами по выстраиванию взаимоотношений между сотрудниками, рекомендации и образцы внутренних документов по противодействию харассменту¹⁶. Примеры заголовков: «Научиться извиняться и не заводить служебные романы. Как вести себя в офисе в эпоху „новой этики“»¹⁷, «Домогательства в судебном порядке»¹⁸. Региональные СМИ не мог-

¹⁶ Мирясова О. А., Сулейманова Ф. С., Горшкова И. Д. Обзор ситуации с насилием и харассментом в сфере труда в перспективе применения и ратификации Конвенции МОТ № 190 в Российской Федерации. М.: Комиссия по гендерному равенству КТР, Экспертный центр КТР. 2021. URL: <https://istina.msu.ru/publications/book/551198437/> (дата обращения: 21.03.2025).

¹⁷ Костарнова Н. Научиться извиняться и не заводить служебные романы. Как вести себя в офисе в эпоху «новой этики» // Forbes. 2020. 26 августа. URL: <https://www.forbes.ru/forbeslife/407783-nauchitsya-izvinyatsya-i-ne-zavodit-sluzhebnye-romany-kak-vesti-sebya-v-ofise-v> (дата обращения: 01.04.2025).

¹⁸ Царева М. Домогательства в судебном порядке // Коммерсантъ. 2020. 27 марта. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4299149> (дата обращения: 01.04.2025).

ли уделять этой проблематике много внимания, но благодаря социальным сетям и «новым медиа» она стала существенно шире знакома российской аудитории. В 2024 г. исследователи подросткового контента социальных сетей отметили харассмент как одну из трех социальных проблем, которые с высокой частотностью обсуждаются в TikTok и YouTube¹⁹.

Заключение

Среди факторов, оказывающих влияние на повестку региональных медиа, были выделены следующие: новые тенденции в освещении гендерных тем в федеральных СМИ, активность феминистских (женских, антисексистских) организаций, создающих информационные поводы и «поставляющих» в региональные СМИ ярких героев для публикаций, а также «новые медиа», занимающие важную нишу в интернет-коммуникациях. Попытки журналисток продвигать гендерную повестку ограничены редакционной политикой издания.

Несмотря на консервативные тенденции в актуальной политической повестке, давление на региональные СМИ со стороны государства по гендерным вопросам в 2020—2021 гг. было невелико. СМИ руководствовались прежде всего законом «О средствах массовой информации» и принимали во внимание закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

Главным препятствием для изменений являются устоявшиеся представления о «норме», которые — при формальной декларации равенства мужчин и женщин — фактически закрепляют и легитимизируют неравенство. Освещение в публичном пространстве «острых» тем, нередко востребованных аудиторией, способствует прерыванию «спирали молчания», но несет в себе риски для редакции. Проблематизация нормы — необходимая предпосылка институциональных изменений. Запрос на гендерно-чувствительную повестку молодых россиян удовлетворяется «новыми медиа», которые вносят существенный вклад в публичное информационное пространство.

Список литературы (References)

1. Агафонов Ю. А. Социальный порядок в России (Институциональный и нормативно-правовой аспекты). Краснодар: Периодика Кубани, 2000.
Agafonov Y. A. (2000) *Social Order in Russia (Institutional and Regulatory Aspects)*. Krasnodar: Periodika Kubani. (In Russ.)
2. Айвазова С. Г. «Игра в гендер» на поле российской политики: возможности институциональных изменений // Россия реформирующаяся. Ежегодник / отв. ред. М. К. Горшков. Вып. 6. М.: Институт социологии РАН, 2007а. С. 319—331. URL: <https://www.isras.ru/publ.html?id=433> (дата обращения: 01.03.2025).
Aivazova S. G. (2007a) “Gender Game” on the Field of Russian Politics: Possibilities for Institutional Change. In: Gorshkov M. K. (eds.) *Russia Under Reform. Yearbook*. No. 6. Moscow: Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences.

¹⁹ Что увлекает современных подростков? От научной рефлексии к практическим рекомендациям // Открытый семинар Института образования ВШЭ. 2024. 15 октября. URL: <https://www.youtube.com/live/G3bOKXMJEWI> (дата обращения: 02.04.2025).

- es. P. 319—331. URL: <https://www.isras.ru/publ.html?id=433> (accessed 01.03.2025). (In Russ.)
3. Айвазова С. Г. Гендерный порядок в России: возможности и пределы модернизации // Новые направления политической науки: гендерная политология. Институциональная политология. Политическая экономия. Социальная политика / под ред. С. Г. Айвазовой, С. В. Патрушева. М.: РАПН, РОССПЭН, 2007b. С. 69—83.
Aivazova S. G. (2007b) Gender Order in Russia: Possibilities and Limits of Modernization. In: Aivazova S. G., Patrushev S. V. (eds.) *New Directions of Political Science: Gender Political Science. Institutional Political Science. Political Economy. Social Policy*. Moscow: RAPN, ROSSPEN. P. 69—83. (In Russ.)
 4. Айвазова С. Г. Эмпауэрмент как признак и проблема современной массовой политики // Политическая наука. 2014. № 4. С. 75—95. URL: <https://www.politnauka.ru/jour/article/view/373/371> (дата обращения: 25.03.2025).
Aivazova S. G. (2014) Empowerment as a Feature and Problem of Modern Mass Politics. *Political Science (RU)*. No. 4. P. 75—95. URL: <https://www.politnauka.ru/jour/article/view/373/371> (accessed: 25.03.2025). (In Russ.)
 5. Айвазова С. Г. Гендерный дискурс в поле консервативной политики // Женщина в российском обществе. 2017. № 4. С. 3—13. <https://doi.org/10.21064/WinRS.2017.4.1>.
Aivazova S. G. (2017) Gender Discourse in the Field of Conservative Policy. *Woman in Russian Society*. No. 4. P. 3—13. <https://doi.org/10.21064/WinRS.2017.4.1>. (In Russ.)
 6. Айвазова С. Г., Мирясова О. А. Путь к субъектности: формальные права, эмпауэрмент и мобилизация // Конституирование современной политики в России: институциональные проблемы / отв. ред. С. В. Патрушев, Л. Е. Филиппова. М.: Политическая энциклопедия, 2018. С. 193—210. <https://doi.org/10.19181/monograph.2019.2>.
Aivazova S. G., Miryasova O. A. (2018) The Path to Subjectivity: Formal Rights, Empowerment and Mobilization. In: Patrushev S. V., Filippova L. E. (eds.) *Constitution of Modern Politics in Russia: Institutional Problems*. Moscow: Political Encyclopedia. P. 193—210. <https://doi.org/10.19181/monograph.2019.2>. (In Russ.)
 7. Александрова О. А., Бурдастова Ю. В., Ненахова Ю. С., Хоткина З. А. Российская медиасреда. Гендерные аспекты занятости и карьеры. М.: АНРИ Медиа. 2017. URL: https://anri.org.ru/wp-content/uploads/2019/05/gender_final.pdf (дата обращения: 10.05.2024).
Aleksandrova O. A., Burdastova J. V., Nenahova J. S., Khotkina Z. A. (2017) Russian Media Environment. Gender Aspects of Employment and Career. Moscow: ANRI Media. URL: https://anri.org.ru/wp-content/uploads/2019/05/gender_final.pdf (accessed: 10.05.2024). (In Russ.)
 8. Бондаренко Е. Женщины в предвыборной кампании 2018 года: анализ российской прессы // Гендер и СМИ / под ред. Е. Л. Вартановой, О. В. Смирновой.

- М.: Факультет журналистики МГУ, 2018. С. 60—74. URL: <https://www.journ.msu.ru/upload/iblock/c49/c49a6ae272927f206c12efe4f3f465cc.pdf> (дата обращения: 27.12.2024).
- Bondarenko E. (2018) Women in the 2018 Pre-election Campaign: Analysis of Russian Press. In: Vartanova E. L., Smirnova O. V. (eds.) *Gender and Media*. Moscow: Faculty of Journalism, MSU. P. 60—74. URL: <https://www.journ.msu.ru/upload/iblock/c49/c49a6ae272927f206c12efe4f3f465cc.pdf> (accessed 27.12.2024). (In Russ.)
9. Великая Н. М., Овчарова О. Г. Консервативный поворот российского общества: гендерный акцент // Гендерные ресурсы и формирование нового гендерного порядка в XXI веке. Коллективная монография / под ред. Г. Г. Силласте. Краснодар: Издательство НИИ экономики ЮФО, 2020. С. 34—43.
- Velikaya N. M., Ovcharova O. G. (2020) Conservative Turn of Russian Society: Gender Accent. In: Sillaste G. G. (ed.) *Gender Resources and Formation of a New Gender Order in the 21st Century*. Krasnodar: Publishing House of the Research Institute of Economics YUFO. P. 34—43. (In Russ.)
10. Граждане и политические практики в современной России: воспроизводство и трансформация институционального порядка / отв. ред. С. В. Патрушев. М.: РАПН; РОССПЭН, 2011. URL: <https://www.fnisc.ru/publ.html?id=2333&type=publ> (дата обращения: 18.02.2025).
- Patrushev S. V. (ed.) (2011) Citizens and Political Practices in Modern Russia: The Reproduction and Transformation of the Institutional Order. Moscow: Russian Political Science Association; Russian Political Encyclopedia. URL: <https://www.fnisc.ru/publ.html?id=2333&type=publ> (accessed 18.02.2025). (In Russ.)
11. Господство против политики: российский случай. Эффективность институциональной структуры и потенциал стратегий политических изменений / отв. ред. С. В. Патрушев, Л. Е. Филиппова. М.: Политическая энциклопедия, 2019.
- Patrushev S. V., Filippova L. E. (eds.) (2019) Domination Against Politics: The Russian Case. The Effectiveness of Institutional Structure and the Potential of Strategies for Political Change. Moscow: Political Encyclopedia. (In Russ.)
12. Завершинская Н. А. Гендерные метафоры в медийном пространстве современной российской политики // Женщина в российском обществе. 2013. № 3. С. 78—84. URL: <https://womaninrussiansociety.ru/article/zavershinskaya-n-a-gendernye-metafory-v-medijnom-prostranstve-sovremennoj-rossijskoj-politiki> (дата обращения: 13.02.2025).
- Zavershinskaya N. A. (2013) Gender Metaphors in the Media Space of the Contemporary Russian Politics. Woman in Russian Society. No. 3. P. 78—84. URL: <https://womaninrussiansociety.ru/article/zavershinskaya-n-a-gendernye-metafory-v-medijnom-prostranstve-sovremennoj-rossijskoj-politiki> (accessed: 13.02.2025). (In Russ.)
13. Институциональная политология: Современный институционализм и политическая трансформация России / под ред. С. В. Патрушева. М.: ИСП РАН, 2006. URL: <https://www.isras.ru/publ.html?id=623> (дата обращения: 28.01.2025).

- Patrushev S. V. (ed.) (2006) *Institutional Political Science: Modern Institutionalism and Political Transformation of Russia*. Moscow: ISP RAN. URL: <https://www.isras.ru/publ.html?id=623> (accessed: 28.01.2025). (In Russ.)
14. Институциональная политология 2.0. Трансформативная политика в России: социальные акторы и политические институты в пространстве власти и господства / отв. ред. С. В. Патрушев. М.: Политическая энциклопедия, 2024. <https://doi.org/10.19181/monogr.978-5-8243-2582-9.2024>.
Patrushev S. V. (ed.) (2024) *Institutional Political Science 2.0. Transformative Politics in Russia: Social Actors and Political Institutions in the Space of Power and Domination*. Moscow: Political Encyclopedia. <https://doi.org/10.19181/monogr.978-5-8243-2582-9.2024>. (In Russ.)
 15. Казун А. П., Карпушкина А. А., Курихина Д. В., Савунова М. С. Бьет — значит любить? Стратегии депроблематизации домашнего насилия в российских СМИ // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2022. № 5. С. 149—171. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2022.5.2220>.
Kazun A. P., Karpushkina A. A., Kurikhina D. V., Savunova M. S. (2022) “If He Beats You, It Means He Loves You”? Strategies for Deproblematizing Domestic Violence in the Russian Media. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 5. P. 149—171. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2022.5.2220>. (In Russ.)
 16. Кашина М. А., Дмитрикова Е. В. Гендерный аспект образа политика в российских СМИ: опыт контент-анализа петербургской прессы // Личность. Культура. Общество. 2009. Т. 11. № 3. С. 391—403.
Kashina M. A., Dmitrikova E. V. (2009) Gender Aspect of the Image of a Politician in Russian Media: Experience of Content Analysis of the St. Petersburg Press. *Personality. Culture. Society*. Vol. 11. No. 3. P. 391—403. (In Russ.)
 17. Киуру К. В., Кривоносов А. Д. Субъекты и объекты современных публичных коммуникаций // Гуманитарные технологии в современном мире. Сборник статей VIII международной научно-практической конференции. В 2-х частях. Часть 1. / сост. Л. М. Гончарова, Т. В. Нестерова, Э. А. Китанина. Калининград: РА «Полиграфыч», 2020. С. 34—39.
Kiuru K. V., Krivonosov A. D. (2020) Subjects and Objects of Modern Public Communications. In: Goncharova L. M., Nesterova T. V., Kitanina T. A. (eds.) *Humanitarian Technologies in the Modern World. Collection of Papers of the VIII International Scientific and Practical Conference. Part 1*. Kaliningrad: RA Poligrafych. P. 34—39. (In Russ.)
 18. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / пер. с англ. А. Н. Нестеренко. М.: ФЭК «Начала», 1997.
North D. (1997) *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Moscow: “Nachala”. (In Russ.)
 19. Овчарова О. Г. Преодоление институциональных ограничений гендерного равенства: трансформация исторической памяти // Граждане и политические

практики в современной России: воспроизводство и трансформация институционального порядка / под ред. С. В. Патрушева. М.: РАПН, РОССПЭН, 2011. С. 244—260.

Ovcharova O. G. (2011) Overcoming Institutional Limitations of Gender Equality: Changing of Historical Memory. In: Patrushev S. V. (ed.) *Citizens and Political Practices in Contemporary Russia: Reproduction and Transformation of Institutional Order*. Moscow: RAPN, ROSSPEN. P. 244—260. (In Russ.)

20. Панов П. В. Институционализм(ы): объяснительные модели и причинность // Полис. Политические исследования. 2015. № 3. С. 39—55. <https://doi.org/10.17976/jpps/2015.03.09>.

Panov P. V. (2015) Institutionalism(s): Explanatory Models and Causality. *Polis. Political Studies*. No. 3. P. 39—55. <https://doi.org/10.17976/jpps/2015.03.09>. (In Russ.)

21. Патрушев С. В. Институционализм в политической науке: этапы, течения, идеи, проблемы // Политическая наука. 2001. № 2. С. 146—186.

Patrushev S. V. (2001) Institutionalism in Political Science: Stages, Trends, Ideas, Problems. *Political Science*. No. 2. P. 146—186. (In Russ.)

22. Патрушев С. В., Филиппова Л. Е. Институциональные проблемы конституирования политического поля и политики в современной России // Политическая наука. 2018. № 2. С. 14—33. URL: <https://www.politnauka.ru/jour/article/view/622/620> (дата обращения: 02.03.2025).

Patrushev S. V., Filippova L. E. (2018) Institutional Problems of the Constitution of Political Field and Politics in Contemporary Russia. *Political Science*. No. 2. P. 14—33. URL: <https://www.politnauka.ru/jour/article/view/622/620> (accessed 02.03.2025). (In Russ.)

23. Патрушев С. В., Филиппова Л. Е. Институционализм и неоинституционализм // Современная политическая наука. Методология / отв. ред. О. В. Гаман-Голутвина, А. И. Никитин. М.: Аспект Пресс. 2019. С. 101—137.

Patrushev S. V., Filippova L. E. (2019) Institutionalism and Neoinstitutionalism. In: Gaman-Golutvina O. V., Nikitin A. I. (eds.) *Contemporary Political Science: Methodology: Scientific Edition*. Moscow: Aspekt Press. P. 101—137. (In Russ.)

24. Российская повседневность и политическая культура: возможности, проблемы и пределы трансформации / под рук. С. В. Патрушева. М.: ИСП РАН. 1996.

Patrushev S. V. (ed.) (1996) *Russian Everyday Life and Political Culture: Possibilities, Problems and Limits of Transformation*. Moscow: ISP RAN. (In Russ.)

25. Рябов О. В., Рябова Т. Б. Гендерный образ Европы как фактор массовой мобилизации // Политическая наука. 2014. № 4. С. 214—229. URL: <https://www.politnauka.ru/jour/article/view/379> (дата обращения: 15.03.2025).

Ryabov O. V., Ryabova T. B. (2014) Gender Image of Europe as a Factor of Mass Mobilization. *Political Science*. No. 4. P. 214—229. URL: <https://www.politnauka.ru/jour/article/view/379> (accessed 15.03.2025). (In Russ.)

26. Сасункевич О. Медикализация дискурса о материнстве в белорусских медиа // Журнал исследований социальной политики. 2009. Т. 7. № 3. С. 405—418. URL: <https://jsps.hse.ru/article/view/3592/3174> (дата обращения: 22.02.2025). Sasunkevich O. (2009) Medicalization of Discourse about Motherhood in Belarus Media. *The Journal of Social Policy Studies*. Vol. 7. No. 3. P. 405—418. URL: <https://jsps.hse.ru/article/view/3592/3174> (accessed 22.02.2025). (In Russ.)
27. Структуры господства, граждане и институты / отв. ред. С. В. Патрушев, Л. Е. Филиппова. М.: Политическая энциклопедия, 2020. Patrushev S. V., Filippova L. E. (eds.) (2020) *Domination Structures, Citizens and Institutions*. Moscow: Political Encyclopedia. (In Russ.)
28. Силласте Г. Г. Социальные трансции и формирование нового гендерного порядка // Женщина в российском обществе. 2019. № 2. С. 3—16. <https://doi.org/10.21064/WinRS.2019.2.1>. Sillaste G. G. (2019) Social Transitions and the Formation of a New Gender Order. *Woman in Russian Society*. No. 2. P. 3—16. <https://doi.org/10.21064/WinRS.2019.2.1>. (In Russ.)
29. Смирнова О. Медиа и гендерные конфликты: теоретические подходы к анализу // Гендер и СМИ. 2021. № 10. С. 61—71. Smirnova O. (2021) Media and Gender Conflicts: Theoretical Approaches to Analysis. *Gender and Media*. No. 10. P. 61—71. (In Russ.)
30. Стебловская С. Б. «Новая этика» гендерных отношений в публикациях российских СМИ // Гендер и СМИ. 2021. № 10. С. 72—93. Steblovskaya S. B. (2021) “New Ethics” of Gender Relations in Russian Media. *Gender and Media*. No. 10. P. 72—93. (In Russ.)
31. Хасбулатова О. А., Смирнова И. Н. Женские организации в России и за рубежом: технологии продвижения гендерного равноправия // Женщина в российском обществе. 2020. № 4. С. 37—51. <https://doi.org/10.21064/WinRS.2020.4.4>. Khasbulatova O. A., Smirnova I. N. (2020) Women’s Organizations in Russia and Abroad: Technologies for the Gender Equality Promoting. *Woman in Russian Society*. No. 4. P. 37—51. <https://doi.org/10.21064/WinRS.2020.4.4>. (In Russ.)
32. Хоткина З. А., Менжун В., Александрова О. А., Бурдастова Ю. В., Ненахова Ю. С., Виноградова К. В. Гендерные отношения в медиаотрасли России, Армении и Молдовы: занятость, перспективы карьерного роста и влияние на контент // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 4. С. 321—341. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.4.1645>. Khotkina Z. A., Menzhun V., Aleksandrova O. A., Burdastova J. V., Nenahova J. S., Vinogradova K. V. (2020) Gender Relations in the Media Industry of Russia, Armenia and Moldova: Employment, Prospects for Career Growth and Influence on Content. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 4. P. 321—341. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.4.1645>. (In Russ.)

33. Чернова Ж. В. Незавершенная гендерная революция // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2019. № 2. С. 222—242. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.2.10>.
Chernova Z. V. (2019) The Unfinished Gender Revolution. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 2. P. 222—242. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.2.10>. (In Russ.)
34. Ostrom E. (1990) *Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Actions*. Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511807763>.