



DOI: 10.22363/2313-1438-2022-24-1-64-89

Научная статья / Research article

Четвертая волна феминизма: политический дискурс и лидеры мнений в социальной сети Твиттер

А.А. Гнедаш 

Кубанский государственный университет, Краснодар, Российская Федерация

✉ anna_gnedash@inbox.ru

Аннотация. В XXI веке феминистское движение остается одним из крупнейших общественно-политических движений и обретает новую платформу консолидации – Интернет и новые способы мобилизации – социальные медиа. Освещение деятельности участников(ниц) и сторонников(ниц) движений Women’s March и #MeToo, актуализация женского вопроса и проблем гендерного равенства в цифровой социально-политической повестке, а также дискурс о ситуации с правами и свободами женщин в Афганистане делает актуальным поиск объяснительных моделей новых феноменов в развитии феминизма. Социальные медиа демократизировали феминизм и создали прецеденты конвертации политического капитала феминисток из онлайн-пространства в офлайн-деятельность (примеры рассматриваются в статье). Для оценки масштаба, содержания и потенциала четвертой волны феминизма в статье приводятся результаты эмпирического анализа Big Data: выгрузки сетевых данных (общее количество составило более 1 000 000 твитов и ретвитов) из социальной сети Twitter по ключевому слову «women». С помощью сетевого, реляционного и лингвистического анализа были проанализированы полученные дата-сети (в 5 контрольных точках), визуализированы социальные графы, выявлены и описаны лидеры мнений (и цифровой контент, который ими был сформирован) в сформированном политическом дискурсе четвертой волны феминизма в социальной сети Твиттер, определена и охарактеризована динамика ключевых дискурсивных тематик. В результате исследования сделан вывод о том, как проблематика прав афганских женщин вошла в политический дискурс четвертой волны феминизма и как и почему она была замещена проблематикой закона о запрете аборт в штате Техас США. В заключении делается вывод о дальнейших перспективах развития дискурсивного поля четвертой волны феминизма.

Ключевые слова: волны феминизма, четвертая волна феминизма, дискурсивное поле, онлайн-пространство, контент, политическая мобилизация, Twitter, интернет-коммуникация, сетевой анализ, лидеры мнений

Для цитирования: Гнедаш А.А. Четвертая волна феминизма: политический дискурс и лидеры мнений в социальной сети Твиттер // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2022. Т. 24. № 1. С. 64–89. <https://doi.org/10.22363/2313-1438-2022-24-1-64-89>

© Гнедаш А.А., 2022

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Благодарности: Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-012-00033 «Лингвистические модели социально-политической коммуникации в online-пространстве: дискурсивные поля, паттерны и гибридная методология анализа сетевых данных» (2020–2022). Автор статьи также благодарит кандидата политических наук, доцента Н.А. Рябченко за сбор и первичную обработку эмпирических сетевых данных, составивших более 1 млн сообщений.

The Fourth Wave of Feminism: Political Discourse and Opinion Leaders in Twitter

Anna A. Gnedash 

Kuban State University, Krasnodar, Russia

✉anna_gnedash@inbox.ru

Abstract. In the 21st century, the feminist movement continues to be one of the largest socio-political movements, which acquired a new consolidation platform via the Internet and new ways for mobilization via social media. The conceptualization of fourth-wave feminism is an exceptionally relevant topic for research, taking into account the results of the Women’s March and #MeToo movements, the actualization of feminist and gender equality issues in the digital social and political agenda, as well as the discourse around the situation with women’s rights and freedoms in Afghanistan. Social media democratized feminism and created precedents of converting feminist political capital from online to offline activities (examples are discussed in the article). To assess the extent, content and potential of fourth-wave feminism, the article presents the results of a Big Data study: network data upload from the social network Twitter for the keyword “women” (including more than 1,000,000 tweets and retweets). Using the methods of network, relational and discourse analysis the author analyzed the datasets obtained (at 5 control points), visualized social graphs, identified and described the opinion leaders (and the content that they formed) in the political discourse of the fourth-wave feminism on the Internet and described the dynamics of key discursive topics. As a result of the study, the author concluded how the issue of Afghan women’s rights entered the political discourse of fourth-wave feminism and how and why it was replaced by the issue of the Texas abortion law. The article ends in a conclusion about the prospects for the development of the discourse of fourth-wave feminism.

Keywords: waves of feminism, fourth wave of feminism, discursive field, online-space, content, political mobilization, Twitter, Internet communication, network analysis, opinion leaders

For citation: Gnedash, A.A. (2022). The fourth wave of feminism: Political discourse and opinion leaders in Twitter. *RUDN Journal of Political Science*, 24(1), 64–89. (In Russian). <https://doi.org/10.22363/2313-1438-2022-24-1-64-89>

Acknowledgements: The study is given a financial support by The Russian Foundation for Basic Research, the research project No. 20-012-00033 entitled “Linguistic models of sociopolitical communication in the online space: discursive fields, patterns and hybrid methodology of network data analysis” (2020–2022). The author of the article also thanks Candidate of Political Sciences, Associate Professor N.A. Ryabchenko for the network data uploading and primary processing of empirical data, which amounted to more than 1 million tweets.

Введение

Пять лет назад в 2017 г. ведущий американский онлайн-словарь Merriam-Webster назвал «феминизм» словом года¹. Как отмечают редакторы интернет-портала, всплеск интереса пользователей был обусловлен: во-первых, активным освещением в СМИ и социальных сетях деятельности движения Women's March² (женские марши, которые ежегодно проходят в январе в США и во многих странах мира начиная с 2016 г., возникшие как реакция американских женщин на мизогинистические и шовинистские выступления на тот момент только избранного президента США Д. Трампа) [Moni 2020:1–16; Just, Muhr 2019:245–267]; во-вторых, инклюзией феминизма во всемирно известную кинопродукцию Голливуда (в том же году вышел популярный блокбастер «Чудо-женщина», снятый к тому же женщиной-режиссером, и сериал «Рассказ служанки», снятый по одноименному популярному роману женщины-писательницы и поднимающий вопросы женского репродуктивного рабства в тоталитарном государстве), невероятным ростом в социальных сетях движения #MeToo³ [Mendes, Ringrose, Keller 2018:236–246] и, как результат, – все больше женщин любого статуса и уровня известности стали открыто говорить о домогательствах на рабочем месте, что повлекло череду новостей об увольнениях мужчин, которым были предъявлены обвинения⁴ [Zarkov, Davis 2018:3–9].

Данные факторы, особенно активная деятельность сторонников и сторонниц движений Women's March и #MeToo в сфере гендерного равенства, феминистская повестка в работе американской киноиндустрии, экстремально религиозно-патриархальный откат в отношении женщин в Афганистане в 2021 г. после прихода к власти талибов и подтверждение того факта, что в 2020 и 2021 гг. женщины во всем мире ощутили на себе более тяжелые

¹ 'Feminism' is our 2017 Word of the Year // Merriam-Webster. URL: <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/woty2017-top-looked-up-words-feminism> (accessed: 25.12.2021)

² На сегодняшний день «Women's March» – это крупнейшее и мощнейшее движение, мобилизующее людей на совершение активных социально-политических действий как в online-, так и в offline-пространствах; действий, меняющих поле публичной политики [Felmlee, Blanford, Matthews, MacEachren 2020].

³ Хештег #MeToo был использован известной американской актрисой Алисией Милано около полудня 15 октября 2017 года и к концу дня использовался другими пользователями более 200 000 раз. Facebook констатирует, что хештег #MeToo был использован более чем 4,7 млн человек в 12 млн сообщений в течение первых 24 часов 15–16 октября 2017 г.; социальная платформа также отметила, что у 45% пользователей в Соединенных Штатах был друг, который опубликовал этот термин (More than 12M «MeToo» Facebook posts, comments, reactions in 24 hours // CBS News, October 17, 2017. URL: <https://www.cbsnews.com/news/metoo-more-than-12-million-facebook-posts-comments-reactions-24-hours/> (accessed: 25.12.2021)).

⁴ Движение «#MeToo» привело к возникновению «Эффекта Вайнштейна» – это глобальная тенденция, согласно которой обычные/известные люди открыто признаются в социальных медиа в том, что в отношении них известными персонами были совершены насильственные сексуальные действия для того, чтобы первые получили контракт или продвижение по службе, сохранили свое рабочее место [Wahyudiputra, Amrullah, Adrian 2021:39–47].

социальные и экономические последствия пандемии COVID-19 (рост домашнего насилия, более высокая нагрузка на работе – женщины составляют от 70 до 86% медицинских служб и социальных работников, кризис в традиционно «женских» отраслях экономики)⁵ – все эти факторы доказывают, что феминизм и гендерное равенство продолжают оставаться наиболее острыми политическими темами в мировом пространстве.

Метафора волн феминизма – это способ структурировать многогранное феминистское движение и в исторической ретроспективе выделить характерные для определенных временных периодов цели, задачи, технологии, ключевых теоретиков и практиков (лидеры движения), а также достигнутые результаты каждой волны феминизма. Периодизация и выделение волн феминизма необходимы для определения того, почему цель абсолютного равенства прав мужчин и женщин даже в XXI веке в некоторых странах остается «точкой за линией горизонта».

Первая, вторая и третья волны феминизма: чего добились и что не удалось?

Определим феминистское движение как ряд политических кампаний и активизм, направленный на постепенные реформы/изменения в отношении мужчин и женщин как субъектов жизнедеятельности общества, государства и семьи.

Традиционно периодом формирования и расцвета первой волны феминизма считается середина XIX в. – 1920-е гг. В этот период происходит формирование новой политической идентичности женщин (разделяются идентичность «женщины-гражданки» и идентичность «жены и матери») [Капелли 2015:467]; женщины выходят за пределы приватного пространства; трансформируются каноны допустимого женского поведения [Women in German History... 1989; Prochaska 1980; Smith-Rosenberg 1971]; женщины включаются в решение социальных вопросов общества посредством деятельности общественных организаций [LeGates 2001]; происходит частичное включение женщин в рабочее и профсоюзные движения (без внесения женских интересов в повестку дня); в некоторых странах женщины получили права на развод и владение имуществом⁶.

В конце XIX – начале XX в. в политическую повестку государств вносятся (и успешно решается) вопрос избирательных прав⁷; реформируется

⁵ International Women's Day 2021: COVID-19 pandemic is a major challenge for gender equality // European Commission. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_21_1011 (accessed: 25.12.2021).

⁶ A Timeline of Women's Legal History in the United States. URL: <http://wlh.law.stanford.edu/wp-content/uploads/2011/01/cunnea-timeline.pdf> (accessed: 25.12.2021).

⁷ Griffin, B. The Politics of Gender in Victorian Britain: Masculinity, Political Culture and the Struggle for Women's Rights. URL: https://books.google.ru/books?id=jsnnyrckKqQC&pg=PA80&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false (accessed: 25.12.2021); Seibert, A., Roslaniec, D. Women, Power and The Public Sphere. URL: http://www.austlii.edu.au/au/legis/nsw/num_act/eca1899n38176.pdf

система образования; в печатной прессе и художественной литературе поднимаются дискуссии о профессиональном самоопределении женщин и возможностях равной оплаты за равный труд мужчин и женщин [Crawford 2002].

Фактически к затуханию первой волны феминизма привело, во-первых, получение женщинами в ряде европейских стран избирательных прав; во-вторых, Первая мировая война и включение женщин в рабочую силу взамен ушедших на фронт мужчин способствовали идейному и организационному снижению темпов развития феминистского движения в межвоенный период; в-третьих, падение рождаемости, начавшееся с 1900-х гг., в условиях межвоенных лет стало вызывать постоянное беспокойство и вину за этот спад одновременно в разных странах возложили на растущую независимость женщин.

Возникновение второй волны феминизма⁸ связано с тем, что получение женщинами избирательных прав не решило, а скорее вскрыло новые проблемы, возникшие в период 1920–1960-х гг.: политическое равенство де-юре не предопределило равенство де-факто; неравенство в приватной сфере обрело новые формы (домашнее насилие, финансовая зависимость, неоплачиваемый домашний труд); усилились дискриминация в политической и экономической сферах; профессиональная гендерная сегрегация; угнетение женщин и мужчин посредством символической политики, стереотипы по поводу гендерных ролей; сексуальная объективация женщин в массовой культуре и проституция. Как тема обсуждения возникли репродуктивные права и контроль над сексуальностью и телом [Бовуар 2015; Hall 2010; История женщин на Западе... 2015]. Особенность второй волны феминизма заключается в том, что феминизм как теория и практика продолжил институционализироваться и усложняться [French Feminist Thought 1987; Брайсон 2001; Orloff 2009:317–343; Bonfiglioli 2020:144–147].

В 1990-е гг. возникает третья волна феминизма: движение, во-первых, возникшее как ответ на неудачи и негативную реакцию на действия феминисток второй волны, а во-вторых, как выход за рамки точки зрения «белой женщины» и западной культуры и понимание того, что женщины имеют разный цвет кожи, принадлежат к разным этносам, национальностям, религиям, культурам и традициям. Феминизм расширяется за счет включения женщин с разным набором идентичностей. Переход от второй волны к третьей ознаменовался еще и тем, что во многих странах были расширены права женщин и созданы институциональные условия для обеспечения гендерного равенства, но вопрос со стереотипами, образами женщин в медиа и языковыми конструктами остался нерешенным. Некоторые исследователи и феминистки⁹ критикуют развитие феминизма в период третьей волны, заявляя,

(accessed: 25.12.2021); Larsen, J. The women's movement in Denmark. URL: <http://www.kvinfo.dk/side/680/article/3/> (accessed: 25.12.2021).

⁸ Рождение термина и метафоры волн феминизма связаны со статьей «Вторая феминистская волна» Марты Вайнман Лир в *New York Times* в 1968 году.

⁹ Epstein, B. What Happened to the Women's Movement? URL: <http://monthlyreview.org/2001/05/01/what-happened-to-the-womens-movement/> (accessed: 25.12.2021).

что феминистские организации этого периода стали бюрократическими машинами, использующими «пафосные и усталые» акции и мероприятия. Наш взгляд, феминизм третьей волны сделал концепт женщины более многогранным и сместил вектор публично политики с улучшения положения «второго пола» на создание условий для гендерного равенства.

Генезис четвертой волны феминизма

Безусловно, в современных социальных науках три волны феминизма – это устоявшийся теоретический конструкт [Брайсон 2001], но фактический перенос и активное развитие феминизма, а также накопление политического капитала в онлайн-формате (и его монетизация в офлайн) – привели к дефициту теоретических моделей современных феноменов феминизма, аналогов которым в современных формах, технологиях, масштабах и результатах нет в исторической ретроспективе. Впервые в зарубежной науке термин «четвертая волна феминизма» возник в СМИ и околонучной публицистике¹⁰ в 2008 г. В российской политической науке термин впервые вводится в 2016 г. [Гнедаш 2016:75–76].

Четвертая волна феминизма возникает в конце 2000-х гг. и связана с online-деятельностью (и новыми формами политической мобилизации) и развитием социальных медиа (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube и т.д.). Диана Даймонд определяет движение этого периода как феминизм, «сочетающий в себе политику, психологию, духовность и всеохватывающее видение перемен» [Diamond 2009:213–223]. Интернет бросил вызов современной культуре, активировав гендерное равенство и социальную справедливость. Четвертая волна, безусловно, несет в себе зерна третьей волны, с ее акцентами на анализе микрополитик в формировании концептов сложного скрытого сексизма и женоненавистничества в структурах и институтах общества и государства [Phillips, Cree 2014:930–943]; сексизма и женоненавистничества, проявляющихся в повседневной риторике, рекламе, кино, телевидении и литературе, СМИ в любой стране мира [Maclaran 2015:1732–1738]. Влияние онлайн-технологий и появление новых форм и каналов коммуникации, распространение информации о событиях и практиках, создание и деятельность международных движений (Women's March и #MeToo) [Vickery 2018:402–411; Looft 2017:892–902; Burgess 2018:342–367], постоянное воздействие политического онлайн-контента на жизнь и действия граждан в офлайн – все это приводит к формированию четкой границы между нынешней и предшествующей волн феминизма.

Роль и значение социальных медиа и сосредоточение активности индивида именно в сфере Интернет, которая не только позволяет накапливать

¹⁰ См.: Grady, C. The waves of feminism, and why people keep fighting over them, explained. URL: <https://www.vox.com/2018/3/20/16955588/feminism-waves-explained-first-second-third-fourth> (accessed: 25.12.2021); Rampton M. Four Waves of Feminism. URL: <https://www.pacificu.edu/magazine/four-waves-feminism> (accessed: 25.12.2021).

политический капитал в онлайн-пространстве и создает особые условия и формы мобилизации граждан и сообществ, но и конвертирует политический капитал в конкретные результаты феминистской активности и политики гендерного равенства в офлайн-пространстве, – все это позволяют нам концептуализировать четвертую волну феминизма. Также важен тот факт, что четвертая волна формируется не только в личностном измерении или отдельном страновом контексте, она генерируется в масштабе всего мира.

Социальные медиа демократизировали феминизм и открыли любому человеку возможности бороться с патриархатом при помощи социальных сетей. Приведем несколько известных примеров.

В 2013 г. сенатор Венди Дэвис в Техасском парламенте в течение 11 часов непрерывно выступала против принятия закона о запрете абортов с 20-й недели. Коллеги-демократы вели прямую трансляцию в Твиттер и YouTube и запустили блогволну с хештегом #StandWithWendy, так как классические СМИ посчитали неинтересной данную тему и не освещали ее. В результате трансляцию смотрели 180 тысяч человек¹¹. Этот кейс показывает, что блогволны и хештеги на актуальную феминистскую и политическую тематику могут пробивать классическую политическую повестку, формируемую традиционными СМИ.

В 2013 г. около 2800 американских женщин, протестующих против сексистских футболок для детей (надписи «Слишком хороша, чтобы делать домашние задания», «Женофоб (никто не совершенен)» и т.д., буквально затопили отрицательными постами страницу производителя одежды The Children's Place в Facebook. В результате руководству компании пришлось принести публичные извинения матерям и девочкам и изъять продукцию из продажи¹². Это кейс показывает, как обычный пользователь и покупатель может менять устоявшиеся патриархальные стереотипы и влиять на производителя товаров и услуг.

В том же году американская организация Women Action and the Media развернула кампанию, направленную на запрет в Facebook изображений и комментариев, связанных с насильственными действиями над женщинами. Стронники (60 000 твиттов и 5000 постов) этой акции бомбардировали сотни страниц Facebook с хештегом #FBrape. В результате Facebook совместно с Women Action and the Media внесли ряд поправок о запрете ненависти и насилия на гендерной почве в принципы функционирования социальных сообществ в Интернет¹³. Данный кейс показывает, как онлайн-сообщества

¹¹ Stand with Wendy: Texas senator's abortion bill filibuster captivates the internet. URL: <http://www.theverge.com/2013/6/26/4465316/texas-senator-abortion-filibuster-wendy-davis> (accessed: 25.12.2021).

¹² Children's Place Pulls 'Sexist' T-Shirt. URL: <http://abcnews.go.com/blogs/lifestyle/2013/08/childrens-place-pulls-insensitive-t-shirt/> (accessed: 25.12.2021).

¹³ #FBrape Campaign Takes on Facebook Misogyny and Wins! URL: <http://msmagazine.com/blog/2013/05/30/fbrape-campaign-takes-on-facebook-misogyny-and-wins/> (accessed: 25.12.2021).

вливают на политику IT-гигантов и требуют изменения условий работы социальных медиа в сторону гендерной толерантности.

В 2016 г. участнику президентской избирательной кампании Джеббу Бушу пришлось уволить своего сотрудника, после того как в Интернете всплыл один из старых твитов этого человека, в котором он называл женщин «sluts». Этот пример иллюстрирует рождение современной культуры отмены¹⁴.

В 2016 г. вопрос о домашнем насилии и его решении снова возник в социальных сетях. Группа ирландских активисток запустила проект The Black Dot: женщины, подвергающиеся насилию, рисовали на своей ладони черную точку и публиковали фото с этой точкой в любой доступной социальной сети. Таким образом, фото становилось своеобразным сигналом о нужде этих женщин в помощи со стороны родственников, друзей, полицейских и социальных служб, которые выезжали по адресу и оказывали поддержку или решали проблему насилия¹⁵. Данный пример очень важен в контексте борьбы с домашним насилием, с одной стороны, когда у жертвы нет времени или возможности рассказать о проблеме, а с другой – это способ сделать жертв насилия видимыми в публичном пространстве.

Активность в социальных медиа не заменит традиционное конвенциональное и неконвенциональное политическое поведение (протесты, митинги, демонстрации, пикеты и т.д.), но социальные медиа дают возможность одному человеку или сообществу создать политический дискурс и цифровую повестку дня, стать лидером мнения и привлечь внимание общественности, СМИ, власти и граждан к вопросу, проблеме, решению и т.д., если это имеет значение для офлайн-пространства.

Методология исследования политического дискурса в онлайн-пространстве

В 2018 г. научным коллективом под руководством Н.А. Рябченко была апробирована методика исследования политического контента современных общественно-политических движений на примере одного из самых крупных (в глобальном, региональном и локальном форматах) и результативных социальных движений современности – Women’s March [Рябченко, Катермина, Гнедаш, Малышева 2018:139–162]. Посредством структурного сетевого анализа сетевых данных социальной платформы Twitter январь-июнь 2018 г. была смоделирована сетевая структура движения Women’s March в виде социального графа. Реляционный анализ смоделированного социального графа позволил выделить и описать дискуссионное ядро Women’s March как

¹⁴ Культура отмены (от англ. *Cancel culture*) – «способ привлечь к ответственности за правовые, социальные, этические нарушения известного и облеченного властью человека или группу через отказ от поддержки и/или публичное осуждение, в основном, в социальных сетях» (цит. по: Что такое «культура отмены»? // РБК. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/social/5f141f629a7947a2dd971850> (дата обращения: 25.12.2021)).

¹⁵ Почему нужно звонить в полицию, если вы увидели на ладони у женщины черную точку. URL: <https://fb.ru/post/environment/2019/5/5/95144> (дата обращения: 25.12.2021).

совокупность кластеров, определяющих основные направления дискурса в сетевом сообществе данного движения. Лингводискурсивный анализ выделенных кластеров проводился как семантический и дискурсивный анализ тегов и хештегов (фолксономический анализ) смоделированного дискуссионного ядра политического контента, продуцируемого социальным движением Women's March. Данная методика позволяет проанализировать, насколько любое исследуемое социальное движение является устойчивой сетевой структурой; визуализировать структуру движения (акторы, подсообщества, ядро, периферия, участники, сторонники, потребители контента); выявить качественные характеристики, определяющие взаимосвязи как внутри самого сообщества/движения, так и взаимодействие с внешней средой; определить возможные точки роста и векторы трансформации социального движения, как в online-, так и в офлайн-пространствах; спрогнозировать дальнейшее развитие движения и характер его действий там.

Основные выводы, которые были получены при проведении этого исследования, касаются и доказательств развития четвертой волны феминизма.

Социальное движение Women's March является устойчивой сетевой структурой по отношению к внешним воздействиям, так как ядро социального движения состоит из взаимодействующих кластеров. В случае недееспособности одного из кластеров, движение не перестанет быть функциональным с точки зрения способности формирования политического контента и осуществления социально-политической деятельности в офлайн-пространстве. Сетевое сообщество движения Women's March является открытым, центральный хаб дискуссионного ядра движения находится в США и объединяет представительства в разных странах мира. При этом представительства функционируют как отдельные кластеры со своей собственной социально-политической повесткой дня. Хабами-популяризаторами сетевого сообщества движения Women's March являются знаменитости мирового уровня и медийные персоны. Они объединены в отдельный кластер в дискуссионном ядре социального движения, который является связующим элементом для включения в сетевое сообщество ранее существовавших институциональных социально-политических групп в разных странах мира. На сегодняшний момент одним из самых крупных кластеров сетевого сообщества движения Women's March является кластер, предназначенный для конвертации политического капитала сообщества из онлайн-пространства в офлайн-пространство. Результатом конвертации стало увеличение числа женщин-кандидатов на выборах всех уровней в США. Выявленные точки роста движения Women's March отражают социально-политическую повестку как в США, так и в других странах (например, странах Европы и Африки). Это означает, что в сетевой структуре социального движения могут появиться новые кластеры, способные продуцировать социально-политические действия в офлайн-пространстве: права мигрантов, права детей, запрет оружия. Например, именно так в августе 2021-го в мировом онлайн-пространстве возникает тема прав афганских женщин.

Цифровой политической дискурс в условиях четвертой волны феминизма: методика и результаты эмпирического исследования социальной сети Твиттер

Для оценки масштаба, содержания и потенциала четвертой волны феминизма в период с 1 августа 2021 года по 1 ноября 2021 года мы провели эмпирическое исследование масштаба Big Data. Период исследования определен беспрецедентным для XXI века ухудшением положения женщин в Афганистане после прихода к власти радикального религиозно-политического военизированного движения «Талибан»¹⁶ и ужесточившейся политике в отношении прав, свобод и даже самого существования афганских женщин. В подобные моменты кризисов можно выявлять и анализировать структуру и деятельность политического дискурса и сообществ четвертой волны феминизма в онлайн-пространстве.

Эмпирической базой исследования послужила сплошная выборка сообщений из социальной сети Twitter по ключевому слову «women». Социальная сеть Twitter является второй по популярности социальной сетью в мире, рейтинг составлен компанией Statcounter GlobalStats¹⁷. Кроме того, Twitter является своего рода политическим рупором современного мира. Используя API-интерфейс Twitter, был составлен дата-сет (по пяти контрольным точкам для отслеживания динамики изменения сетевых данных: 27 августа, 4 сентября, 17 сентября, 21 сентября, 10 октября); общее количество сообщений, входящих в дата-сет, составило более 1 000 000 сообщений. Сетевые данные представлены в виде cvs- и gexf-файлов (Graph Exchange XML Format – формат, позволяющий анализировать данные как социальный граф).

Сетевые данные, входящие в полученную эмпирическую базу, содержали следующие массивы данных:

- сообщения, публикуемые пользователями указанных сетей;
- динамика ответов (ретвитов) на публикуемые сообщения;
- публичные данные о пользователях, публикующих эти сообщения, с фиксацией их взаимодействия для анализа их активности как социального графа;
- используемые пользователями хештеги для маркирования и классификации информации в социальных сетях;
- часто употребляемые слова и словосочетания, с фиксацией их взаимодействия для анализа активности их употребления как социального графа с целью выявления доминирующих тематик в исследуемой цифровой повестке дня;
- наборы используемых пользователями эмоджи.

¹⁶ Запрещенная в России террористическая организация.

¹⁷ About Statcounter GlobalStats // GlobalStats. URL: <https://gs.statcounter.com/about> (accessed: 25.12.2021).

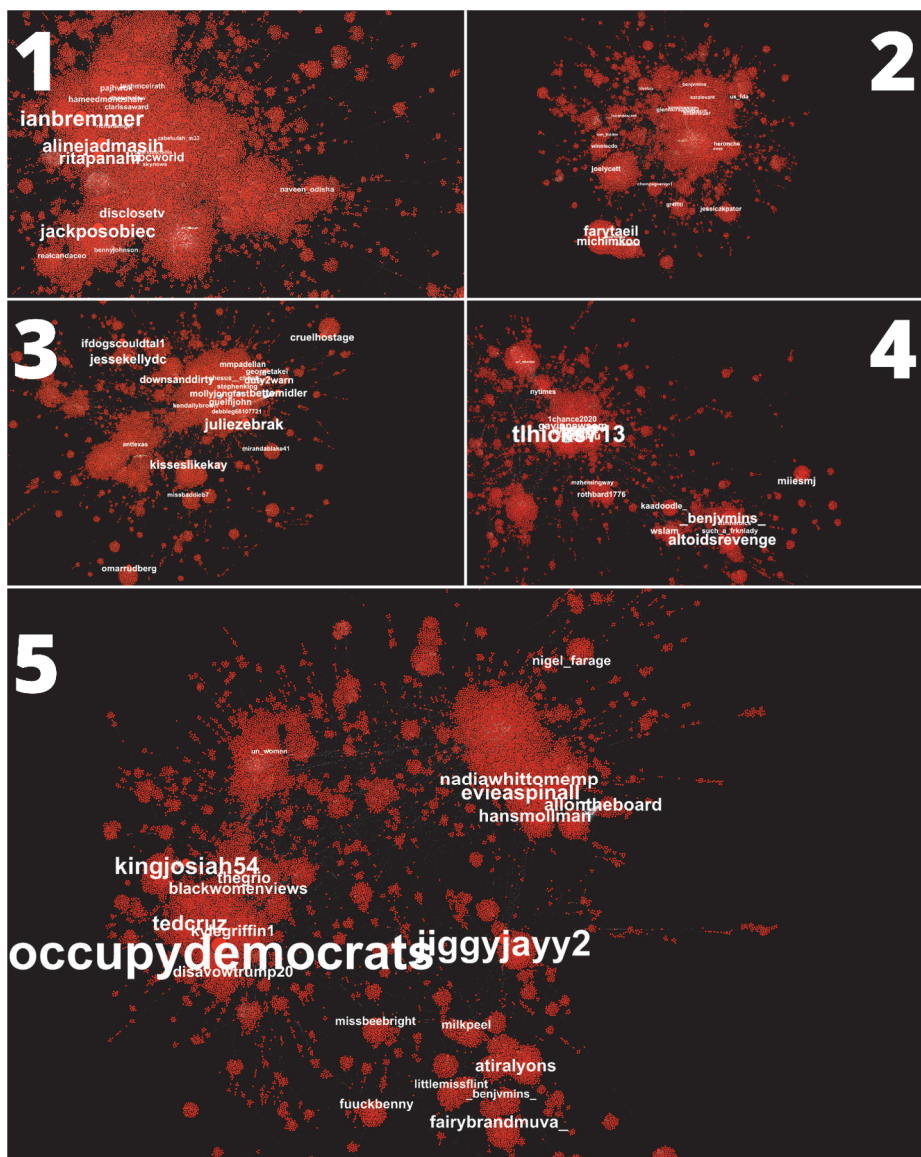


Рис. 1. Лидеры мнений (хабы) ядра сетевого сообщества «Women2021 – Пользователи» в политическом дискурсе четвертой волны феминизма в 5 контрольных точках
Fig. 1. Opinion leaders (hubs) of the core of the network community "Women2021 – Users" in the political discourse of the fourth wave of feminism at 5 control points

Используя массив «публичные данные о пользователях» всех пяти датасетов мы смоделировали в программе Gephi ядро сетевого сообщества пользователей «Women2021 – Пользователи», публикующего сообщения с ключевым словом «women» (рис. 1) в каждой контрольной точке. Для моделирования мы использовали ранжирование пользователей по показателю «Page Rank» с учетом веса ребер (оценка важности узла в социальной сети) и фильтр «Глобальная связанная компонента». Как мы видим из данных рис. 1, ядро сетевого сообщества «Women2021 – Пользователи» не является стабильным,

оно распадается на подсообщества с разными лидерами мнений в разных контрольных точках проведения исследования.

Ядро сетевого сообщества в каждой контрольной точке складывается из хабов – лидеров мнений политического дискурса четвертой волны феминизма (табл. 1), который они формируют посредством создания цифрового контента. Именно они задают векторы развития феминизма и формируют цифровую повестку движения, при этом данная повестка может быть и отрицательной в отношении феминизма.

Таблица 1

Лидеры мнений в контрольной точке «27 августа» (см. рис. 1, 1)

Лидер мнения (аккаунт)	Ранг по показателю «Page Rank»	Владелец аккаунта	Статус
@ianbremmer	0,008545 – максимальное значение для контрольной точки	Ян Бреммер	Известный американский политолог и автор, специализирующийся на глобальных политических рисках
@alinejadmasih	0,007104	Масумех Алинеджад	Иранская журналистка, писательница и защитница прав женщин; живет в изгнании в Нью-Йорке в США. Работает в агентстве США по глобальным медиа
@jackposobiec	0,006973	Джейк Пособец	Ультраправый политический деятель, телевизионный корреспондент и ведущий
@ritapanahi	0,006507	Рита Панахи	Австралийский обозреватель, ведущая утреннего шоу круглосуточного кабельного и спутникового канала Sky News в Австралии ¹⁸

Источник: составлено автором по результатам исследования.

Table 1

Opinion leaders at the August 27 checkpoint (Figure 1, 1)

Opinion Leader (Account)	Page Rank	Account Owner	Status
@ianbremmer	0.008545	Ian Bremmer	Famous American political scientist and author specializing in global political risks
@alinejadmasih	0.007104	Masoumeh Alinejad	Iranian journalist, writer and women's rights activist; lives in exile in New York, USA. Works at the US Agency for Global Media
@jackposobiec	0.006973	Jack Posobiec	Far-right politician, television correspondent and host
@ritapanahi	0.006507	Rita Panahi	Australian columnist and host of Sky News, the 24/7 cable and satellite morning show in Australia

Source: made by author by the author based on research results.

¹⁸ Аккаунт канала в Twitter тоже является лидером мнения в ядре сетевого сообщества «Women2021 – Пользователи», Page rank = 0,001645.

Лидеры мнений в первой контрольной точке начали создавать цифровой контент, посвященный ухудшению положения женщин в Афганистане после прихода к власти Талибов:

– Ян Бреммер распространил видеоролик с протестами женщин в первые дни после захвата Кабула, который вызвал огромную дискуссию и обсуждение того факта, что все эти видео носят постановочный характер (45-секундный ролик посмотрело 3,9 млн пользователей);

– цифровой контент в блоге Масумех Алинеджад был посвящен раскрытию лжи о правах иранских женщин, которую распространяют онлайн и в СМИ талибанские спикеры;

– Джейк Пособец продолжил критиковать деятельность наднациональных структур и разместил фото, на котором были изображены афганские женщины и дети, стоящие под прицелом оружия у стены с граффити, посвященным программе устойчивого развития ООН. Это фото спровоцировало блогеров и дискуссию об эффективности борьбы за женские права и эффективности работы ООН в данной сфере. Отметим, что данную персону можно характеризовать как антифеминиста, постоянно критикующего феминисток и феминистское движение.

– Рита Панахи, предвидя скорую потерю интереса у СМИ к теме прав женщин в Афганистане, активно призывала к организации действий офлайн – проводить акции протеста у посольств Афганистана по всему миру.

Таким образом, в контрольной точке 27 августа дискурсивное поле, сформированное ядром сетевого сообщества «Women2021 – Пользователи», было посвящено проблемам прав женщин в Афганистане. Само ядро не расщеплено на подсообщества (см. рис. 1, 1).

В отличие от первой контрольной точки второе ядро сетевого сообщества «Women2021 – Пользователи» (табл. 2) расщеплено на подсообщества, в каждом из которых имеются хабы, которые создавали неконсолидированный и очень тематически разрозненный цифровой социально-политический контент:

– несмотря на развлекательный характер создаваемого цифрового контента, в аккаунте @michimkoo регулярно поднимается женский вопрос. Так, в исследуемый период были популяризированы женщины – лидеры музыкальной индустрии, с которыми группа BTS работала и работает, чтобы показать значимость вклада женщин в их становление и популярность. Также фанаты группы запустили акцию сбора средств для помощи женщинам по всему миру. Отметим, что любая поднятая тема в данном аккаунте становится популярной в первую очередь из-за огромного числа поклонников музыкальной группы BTS во всем мире;

– @us_fda стал лидером мнения из-за огромного числа упоминаний в сотнях тысяч сообщений разных пользователей, обсуждающих твит данного управления о необходимости вакцинации беременных женщин в условиях текущей пандемии;

Лидеры мнений в контрольной точке «4 сентября» (см. рис. 1, 2)

Лидер мнения (аккаунт)	Ранг по показателю «Page Rank»	Владелец аккаунта	Статус
@michimkoo	0,01471 – максимальное значение для контрольной точки	Аккаунт принадлежит фангруппе одной из самых популярных в мире музыкальных групп – BTS	Международное сообщество фанатов популярнейшей музыкальной группы BTS
@us_fda	0,00509	Аккаунт принадлежит управлению по санитарному надзору за качеством пищевых продуктов и медикаментов	Одно из основных управлений Министерства здравоохранения и социальных служб США
@heronche	0,005066	Аккаунт принадлежит афроамериканской девушке	Актор движения Black Lives Matter и борец за права афроамериканских женщин
@glennkirschner2	0,004688	Гленн Киршнер	Американский поверенный и бывший прокурор армии США, юридический аналитик NBC News/MSNBC
@hillelneuer	0,004648	Гиллель Нойер	Международный юрист, писатель и исполнительный директор UN Watch, правозащитной неправительственной организации и контрольной группы ООН

Источник: составлено автором по результатам исследования.

Table 2

Opinion leaders at the September 4 checkpoint (Figure 1, 2)

Opinion Leader (Account)	Page Rank	Account Owner	Status
@michimkoo	0,01471	The account belongs to the fan group of one of the most popular music groups in the world – "BTS"	The international community of fans of the most popular music group "BTS"
@us_fda	0,00509	The account is owned by the Food and Drug Administration	One of the main departments of the US Department of Health and Human Services
@heronche	0,005066	The account belongs to an African American girl	Actor of the Black Lives Matter movement and a fighter for the rights of African American women
@glennkirschner2	0,004688	Glenn Kirschner	American attorney and former US Army Attorney, legal analyst for NBC News/MSNBC
@hillelneuer	0,004648	Hillel Neuer	International lawyer, writer and executive director of UN Watch

Source: made by author by the author based on research results.

– @heronche и Гленн Киршнер вошли в цифровой дискурс с тематикой прав женщин, но первый лидер мнения подняла вопросы о правах только афроамериканских женщин, а второй лидер мнения создавал цифровой контент, связанный с правами всех женщин и национальных меньшинств в США;

– Гиллель Нойер сформировал дискуссионное поле и контент, направленный на обращение внимания стран – членов ООН на проблему прав женщин и права людей в целом в таких странах, как Афганистан и Иран. Он активно призывал к недопущению членства Афганистана в ООН и Юнеско.

В этой контрольной точке мы наблюдаем, насколько неустойчивым может быть сетевое основание ядра сообщества «Women2021 – Пользователи» и как сильно оно зависит от цифровой социально-политической повестки.

В третьей контрольной точке 17 сентября лидерами мнений ядра сетевого сообщества «Women2021 – Пользователи» (табл. 3) начинает формироваться контент и дискурс, посвященные антиабортному законодательству в США:

– цифровой контент Джулии Зебрак, направленный на предупреждение принятия в штате Техас закона о запрете абортов, становится ключевым в политическом дискурсе;

Таблица 3

Лидеры мнений в контрольной точке «17 сентября» (см. рис. 1, 3)

Лидер мнения (аккаунт)	Ранг по показателю «Page Rank»	Владелец аккаунта	Статус
@ juliezebrak	0,009149 – максимальное значение для контрольной точки	Джулия Зебрак	Политический консультант, директор по цифровой стратегии и информационно-пропагандистской работе в Washington Monthly
@ jessekellydc	0,00761	Джесси Келли	Консервативный комментатор, ведущий радиопрограммы «Шоу Джесси Келли» и цифрового телешоу «Я прав с Джесси Келли»
@bettemidler	0,006093	Бетт Дэвис Мидлер	Известная американская актриса и певица
@downsanddirty	0,005935	Мэгги Даунс	Известная писательница и путешественница

Источник: составлено автором по результатам исследования.

Table 3

Opinion leaders at the September 17 checkpoint (Figure 1, 3)

Opinion Leader (Account)	Page Rank	Account Owner	Status
@ juliezebrak	0,009149	Julie Zebrak	Political Consultant, Director of Digital Strategy and Advocacy at Washington Monthly
@ jessekellydc	0,00761	Jesse Kelly	Conservative commentator, host of The Jesse Kelly Show radio program and digital TV show I'm Right with Jesse Kelly
@bettemidler	0,006093	Bette Davis Midler	Famous American actress and singer
@downsanddirty	0,005935	Maggie Downes	Famous writer and traveler

Source: made by author by the author based on research results.

– создаваемый Джесси Келли цифровой контент – это неоднозначные высказывания на тему положения и прав женщин в США. Этот контент постоянно продуцирует благовольны негативных высказываний в адрес женщин, что и было выявлено в исследуемый период;

– Бетт Мидлер стала одним из лидеров движения против закона о запрете абортс с 6-й недели (так называемый «Техасский акт сердцебиения»), принятого в Техасе в сентябре 2021 г. В своем посте она предложила творческий подход к протесту против строгого закона о запрете абортс: «I suggest that all women refuse to have sex with men until they are guaranteed the right to choose by Congress / Я предлагаю, чтобы все женщины отказывались от секса с мужчинами до тех пор, пока Конгресс не гарантирует им право выбора»¹⁹. Этот твит (22 тысячи ретвитов, 5 тысяч твитов с цитатами, более 100 тысяч отметок «Нравится») запустил благоволну обсуждения прав женщин и закона о запрете абортс не только в социальных сетях, но и в классических СМИ. Так журнал People с многомиллионной аудиторией читателей опубликовал статью *Bette Midler Advises Women to 'Refuse to Have Sex' with Men in Protest of Texas Abortion Law* («Бетт Мидлер советует женщинам «отказываться от секса» с мужчинами в знак протеста против абортс в Техасе») ²⁰, которая вышла в онлайн- и в офлайн-версии. Это пример того, как социальный капитал неполитической персоны конвертируется в политический капитал в онлайн-пространстве и трансформирует классическую политическую повестку дня в традиционных СМИ (в данном случае в прессе);

– Мэгги Даунс, так же как и Бетт Мидлер, одним твитом запустила благоволну обсуждения прав женщин и закона о запрете абортс: «I wish women didn't have to share their most personal stories and relive their trauma in an effort to help others understand the necessity of reproductive choice / Я бы хотела, чтобы женщинам не приходилось делиться своими самыми личными историями и заново переживать свою травму, чтобы помочь другим понять необходимость иметь репродуктивный выбор»²¹.

Цифровой контент, сформированный в данной точке (табл. 4), можно назвать конфликтным, политизированным и сегрегированным:

– известный бизнесмен Том Хикс создавал цифровой контент, направленный на объяснение того, что низкий уровень абортс в любой стране должен достигаться не запретами, а просветительской деятельностью среди подростков и улучшением прав женщин²²;

¹⁹ Описываемый пост см.: URL: https://twitter.com/BetteMidler/status/1433626916003586053?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Cwterm%5E1433626916003586053%7Cwgr%5E%7Cwcon%5Es1_ref_url=https%3A%2F%2Fpeople.com%2Fhealth%2Fbette-midler-advises-women-refuse-sex-with-men-protest-texas-abortion-law%2F (дата обращения: 25.12.2021).

²⁰ Bette Midler Advises Women to 'Refuse to Have Sex' with Men in Protest of Texas Abortion Law. URL: <https://people.com/health/bette-midler-advises-women-refuse-sex-with-men-protest-texas-abortion-law/> (accessed: 25.12.2021).

²¹ Описываемый пост см.: URL: <https://mobile.twitter.com/downsanddirty/status/1433171878617751552> (дата обращения: 25.12.2021)

²² Описываемый пост см.: URL: <https://mobile.twitter.com/kalmantibs/status/1435179047047372802> (дата обращения: 25.12.2021).

Таблица 4

Лидеры мнений в контрольной точке «21 сентября» (см. рис. 1, 4)

Лидер мнения (аккаунт)	Ранг по показателю «Page Rank»	Владелец аккаунта	Статус
@tlhicks713	0,017819 – максимальное значение для контрольной точки	Том Хикс	Американский бизнесмен и инвестор, входит в список Форбс
@altoidsrevenge	0,01094	Аккаунт, принадлежащий пользователю с именем piss yönky	Обычный гражданин
@_benjamins_	0,009956	THAT BITCH	Президент и соучредитель организации Hoochies Helping Humans
@tedlieu	0,007173	Тед Лье	Член Палаты представителей США (демократическая партия)
@gavinnewsom	0,006801	Гэвин Ньюсом	Американский политический деятель, губернатор Калифорнии, член Демократической партии

Источник: составлено автором по результатам исследования.

Table 4

Opinion leaders at the September 21 checkpoint (Figure 1, 4)

Opinion Leader (Account)	Page Rank	Account Owner	Status
@tlhicks713	0,017819	Tom Hicks	American businessman and investor, included in the Forbes list
@altoidsrevenge	0,01094	Account owned by a user named "piss yönky"	Ordinary citizen
@_benjamins_	0,009956	THAT BITCH	President and Co-Founder of Hoochies Helping Humans
@tedlieu	0,007173	Ted Lieu	Member of the US House of Representatives (Democratic Party)
@gavinnewsom	0,006801	Gavin Newsom	American politician, governor of California, member of the Democratic Party

Source: made by author by the author based on research results.

– в дискурсивное поле вошел обычный пользователь, который опубликовал твит-осуждение²³ известного рэп-исполнителя Хайкима Джамаала Картера-младшего, написавшего, что считает неинтересными и старыми женщин, которые могут вспомнить, где они были 11 сентября 2001 года: «*a 40 year old man just said he's not interested in women who remember where they were on 9/11... if that's not a red flag i don't know what is / 40-летний мужчина только*

²³ Описываемый пост см.: URL: <https://twitter.com/altoidsrevenge/status/1437822299441401857> (дата обращения: 25.12.2021).

что сказал, что его не интересуют женщины, которые помнят, где они были 11 сентября... если это не красный флаг, то я не знаю, что...»²⁴. Таким образом, пользователь с именем «r1ss u0nku» спровоцировал блогволну, источником которой не являлся лидер мнения всей социальной сети Twitter, однако контент, входящий в твит, содержал две ключевые темы, имеющие сильную эмоциональную составляющую – права женщин и теракт 11 сентября 2021 года. Именно контент стал источником блогволны, а не пользователь;

– контент лидера мнения @_benjvmins_ посвящен расширению прав и возможностей чернокожих людей и защите черных женщин²⁵. В данном случае создаваемый цифровой контент крайне жестко сегрегирует женщин по цвету кожи и вводит в политический дискурс тематику прав только черных женщин, игнорируя женщин с белым цветом кожи (лидер мнения постоянно делает на этом упор в контенте). Особенность данного контента в том, что он одновременно получает волну положительных откликов и при этом запускает волны дискуссий, связанных с отрицательным обсуждением разделения тематики прав женщин по цвету кожи («теперь женщины борются за свои права, сражаясь не только с мужчинами, но и с женщинами»²⁶);

– Тед Лью в своем аккаунте в исследуемый период активно формировал дискурсивное поле, связанное с выборами в Палату представителей США 8 ноября 2022 года. Он постоянно критиковал республиканскую партию за принятие закона о запрете аборт, подчеркивая, что республиканцы опасны и препятствуют развитию женских прав и свобод: «*The GOP law to ban abortions has no exceptions for rape or incest, and it pays people to snitch on you like in communist countries. Democrats will pass the Women's Health Protection Act to reverse this extreme law. Radical Republicans are dangerous and their actions affect you / В законе Республиканской партии о запрете абортов нет исключений для изнасилования или инцеста, и людям платят за то, что они доносят на вас, как в коммунистических странах. Демократы примут Закон о защите здоровья женщин, чтобы отменить этот крайний закон. Радикальные республиканцы опасны, и их действия влияют на вас*»²⁷. Данного политика сложно отнести к профеминистам, скорее борьба за женские права для него стала основой для привлечения внимания общественности и получения электорального преимущества на фоне популярной темы;

– Гэвин Ньюсома в сентябре 2021 года выиграл досрочные выборы у представителя партии республиканцев Ларри Элдера и неожиданно стал хэблом политического дискурса четвертой волны феминизма в социальной сети

²⁴ Twitter Хайкима Джамаала Картера-младшего и описываемый пост см.: URL: <https://twitter.com/KEEMSTAR/status/1437444447164411909> (дата обращения: 25.12.2021).

²⁵ Примечание автора статьи: это дословный перевод, поэтому используем слово «черные», так как пользователь подчеркивает и настаивает на упоминании в отношении себя «этого цвета кожи».

²⁶ Описываемый пост см.: URL: Твиттер пользователя Princess Margaret. URL: <https://twitter.com/CremaAnhydrous/status/1438241008203059205> (дата обращения: 25.12.2021).

²⁷ Описываемый пост см.: URL: <https://twitter.com/tedlieu/status/1433494984448086037> (дата обращения: 25.12.2021).

Твиттер. Это пример того, как лидером мнения становится не сама политическая персона, а цифровой контент в ее отношении: пользователи в исследуемый период обсуждали, что, «выбирая между республиканцем Элдером и демократом Ньюсомом, они выбрали высокие налоги с Ньюсомом, чем мини-Трампа, эксплуатирующего Covid-19 и контролирующего женские детородные органы» (твит Анны Наварро, 1,7 млн подписчиков: «*Californians decided they rather live w/high taxes and a guy who eats a The French Laundry, than under mini-Trump's, exploiting COVID and controlling women's uteruses*»²⁸). Активное обсуждение данных выборов и вывело Гэвина Ньюсома в лидеры мнений, при том что о проблематике прав женщин сам он высказывался минимально.

В пятой контрольной точке (табл. 5) созданный лидерами мнений цифровой контент был полностью посвящен полемике и проблеме закона о запрете абортов:

Таблица 5

Лидеры мнений в контрольной точке «10 октября» (см. рис. 1, 5)

Лидер мнения (аккаунт)	Ранг по показателю «Page Rank»	Владелец аккаунта	Статус
@occupydemocrats	0,017407 – максимальное значение для контрольной точки	Политическая организация Occupy Democrats	Один из самых влиятельных медиа ресурсов
@tedcruz	0,006238	Тед Круз	Американский политик, сенатор США от штата Техас
@evieaspinall_	0,00621	Эви Аспиналл	Глава представительства Великобритании в молодежной группе G7, старший научный сотрудник The British Foreign Policy Group и бывший президент Кембриджского студенческого союза

Источник: составлено автором по результатам исследования.

Table 5

Opinion leaders at the October 10 checkpoint (Figure 1, 5)

Opinion Leader (Account)	Page Rank	Account Owner	Status
@occupydemocrats	0,017407	Political organization "Occupy Democrats"	One of the most influential media resources
@tedcruz	0,006238	Ted Cruz	American politician, US Senator from Texas
@evieaspinall_	0,00621	Evie Aspinall	UK Head of the G7, Senior Fellow at The British Foreign Policy Group and former President of the Cambridge Students' Union

Source: made by author by the author based on research results.

²⁸ Описываемый пост см.: URL: Twitter Анны Наварро. URL: <https://twitter.com/anavarro/status/1437986907267473408?lang=ar-x-fm> (дата обращения: 25.12.2021).

– медиатеатральность «Occupy Democrats», объединившей представителей демократической партии в США в борьбе с Трампом²⁹, в 2016–2019 гг. сделала организацию одним из самых влиятельных медиаресурсов (количество подписчиков в социальной сети Facebook – 10 млн). После победы на выборах в 2020 г. Дж. Байдена популярность движения стала падать, и его представители активно включились в популярное политическое дискурсивное поле – права женщин и права афроамериканцев. Цифровой контент в исследуемый период был полностью посвящен противодействию закону о запрете абортов в Техасе³⁰;

– аккаунт и цифровой контент Теда Круза – пример антилидера в дискурсивном поле четвертой волны феминизма: многочисленные неодобрительные высказывания в его адрес с цитированием публикаций в его аккаунте привели к тому, что сексистский контент, контент, связанный со сторонниками абортов, и контент, связанный с расизмом, – стал маркироваться хештегом #tedcruz³¹;

– формируемый Эви Аспиналл цифровой политический контент был посвящен правам женщин и борьбе с насилием в отношении женщин. В одной из своих публикаций она написала о том, что 6 из 7 мужчин пишут ей оскорбительные сообщения как ответ на призыв борьбы с насилием над женщинами: «*And to the 6/7 men who have used this tweet as an opportunity to send abusive messages into my dms, all you've done is prove my point. Women are right to be scared and people like you are the reason why /*»³², – именно этот твит вывел ее в лидеры мнения и сделал хабом политического дискурса.

Проанализировав лидеров мнений и цифровой контент, созданный ими в 5 контрольных точках, можно сделать следующие микровыводы. Дискурсивное поле четвертой волны феминизма в онлайн-пространстве формировалось спонтанными акторами. Эти акторы могли быть как политическими (органы власти, политики, кандидаты, общественные организации и т.д.), так и неполитическими персонами (например, обычными гражданами или известными людьми). Среди хабов не было аккаунтов структур ООН, работающих в сфере гендерного равенства и в сфере прав женщин, а это значит, что они не являются лидерами мнений и не создают политическую повестку в отношении вопросов, актуальных для онлайн- и офлайн-пространств. Четвертая волна феминизма, как мы видим из исследования, формируется снизу. Формат онлайн-коммуникации позволяет обычным гражданам создавать цифровой контент, который формирует цифровую политическую повестку (посредством блог-волн) и влияет на классическую политическую повестку дня в офлайн.

²⁹ About Us. Occupy Democrats. URL: <https://occupydemocrats.com/about-us/> (accessed: 25.12.2021).

³⁰ Twitter Occupy Democrats. URL: <https://twitter.com/SMichaels3/status/1446115732991864845> (accessed: 25.12.2021).

³¹ Twitter The Daily Edge. URL: <https://twitter.com/TheDailyEdge/status/1443338015301160962> (accessed: 25.12.2021).

³² Описываемый пост см.: URL: https://twitter.com/EvieAspinall_/status/144333372382744582 (дата обращения: 25.12.2021).

политический дискурс четвертой волны феминизма в мире, мы визуализировали массив данных «часто употребляемые слова и словосочетания» как социальный граф «Дискурсивное ядро – Women». На рис. 2 представлены доминирующие тематики в пяти контрольных точках, для их выделения мы подвергли полученные социальные графы процедуре укладки «Force Atlas 2» и произвели фильтрацию по количеству связей (сколько раз одно частотное слово встречается с другими словами).

На рис. 2, 1 мы видим основные дискурсивные тематики первой контрольной точки «27 августа»: «талибан», «Афганистан», «права детей и девочек в Афганистане», «права женщин в Афганистане», «черные женщины». При этом тема, связанная с Афганистаном, и тема черных женщин не образуют одно сплошное дискурсивное поле, а существуют в двух отдельных субполях (они находятся практически в диаметрально противоположных сторонах относительно ключевого слова «women»).

Во второй контрольной точке «4 сентября» (см. рис. 2, 2) мы видим сближение субполя «Афганистан» и субполя «права женщин», которое происходит за счет многочисленных публикаций в сети Интернет, создавших контент, связанный с Афганистаном. Данный контент создавался активистами движения четвертой волны феминизма, представляющих собой людей разных национальностей, возраста, пола, социального положения и статуса в обществе (эти выводы подкрепляются анализом лидеров мнения). Сближение дискурсивных субполей с точки зрения сетевого анализа означало возможность тематики «Афганистан» стать частью цифровой повестки всего онлайн-пространства и тем самым увеличило бы вероятность возникновения социально-политических действий как со стороны общественности, так и со стороны новой власти Афганистана в пользу афганских женщин. Однако в третьей контрольной точке «17 сентября» (см. рис. 2, 3) мы видим, что субполе «права женщин» расширяется за счет появления новой темы – «закон о запрете абортов в Техасе». В результате субполе «права женщин» и субполе «Афганистан» становятся диаметрально противоположными по отношению к ключевому слову «women» – это означает, что пользователи обсуждают либо Афганистан, либо права женщин и нет общей повестки, включающей обе эти темы. Как результат – в четвертой контрольной точке «21 сентября» (см. рис. 2, 4) нет доминирующей тематики, связанной с Афганистаном, она размыта дискурсивным полем «закон о запрете абортов в Техасе». Мы видим плотное обсуждение прав женщин, здоровья, насилия над женщинами, т.е. фокус внимания общественности полностью сосредоточен на проблемах женщин США и Европы. В пятой контрольной точке – «10 октября» (см. рис. 2, 5) мы видим полное исчезновение темы «Афганистан» в дискурсивном поле «women».

Выводы и дискуссия

Появление социальных медиа в онлайн-пространстве и сосредоточение активности индивида именно в сфере Интернет, которая может переходить из сетевого пространства в конкретные результаты публичной политики

гендерного равенства в офлайн-реальность, позволяют нам концептуализировать именно четвертую волну феминизма. Волну, которая отличается от предыдущих волн своим временным периодом; особыми технологиями и инструментами, используемыми акторами публичной политики; конкретными социально-политическими действиями; результатами этой деятельности, представленными изменениями в политической повестке публичной политики. Четвертая волна формируется не только в личностном измерении или отдельном страновом контексте, но и в масштабе всего мира.

В результате проведенного эмпирического исследования мы делаем вывод, что четвертая волна феминизма имеет большой потенциал и мощный сетевой фундамент политической мобилизации в международном масштабе. Онлайн-пространство и социальные медиа, с одной стороны, становятся ни с чем несравнимой площадкой мобилизации и консолидации женщин и сторонников феминизма и гендерного равенства, а с другой – цифровая повестка представляется нам мозаичной конструкцией, в которой актуальные темы можно менять посредством запуска блогволн и переключения внимания пользователей и подписчиков. В исследовании мы показали, как в политический дискурс активно включилась тематика афганских женщин в конце августа и как дискурс закона о запрете абортов в одном штате США фактически ее выключил и стал развиваться в другом направлении спустя месяц.

Лидерами мнений в дискурсивном поле «women» («женщины») являются люди с высоким социальным статусом и разным полом. Однако многие из них используют эту тему как способ политического продвижения, а не как саму борьбу за права женщин. Также мы делаем вывод, что зачастую тема прав женщин является оружием в борьбе с политическими оппонентами. Феминизм, как политическая стратегия, приводит к тому, что многие вопросы, связанные с правами женщин в таких странах, как Афганистан, Иран, просто остаются на периферии цифровой повести или существуют в ней малое количество времени (хотя в самих странах эти вопросы не решаются десятилетиями). Это не позволяет провести конвертацию социально-политического капитала и сдвинуть с мертвой точки вопросы, связанные с правами женщин в этих странах. Еще одной проблемой четвертой волны феминизма является сознательное разделение движения на движение за права «белых» женщин и движения за права «черных» женщин. И это разделение инициировано в первую очередь активистками движения BLM. К чему это приведет? Наш прогноз таков: либо эти движения соединятся и мы будем исследовать пик четвертой волны феминизма и анализировать результаты, успехи и неудачи, либо современное феминистское движение будет представлять собой лоскутное одеяло: сотни движений за права женщин разного цвета кожи, статуса, возраста и т.д. И вполне возможно, что именно такой будет пятая волна феминизма.

Поступила в редакцию / Received: 16.09.2021

Доработана после рецензирования / Revised: 18.10.2021

Принята к публикации / Accepted: 22.11.2021

Библиографический список

- Бовуар де С.* Второй пол. Москва: Алетейя, 2015. 832 с.
- Брайсон В.* Политическая теория феминизма. Москва: Идея-Пресс, 2001. 304 с.
- История женщин на Западе. Т. V: Становление культурной идентичности в XX столетии.* Санкт-Петербург: Алетейя, 2015. 624 с.
- Гнедаш А.А.* Концептуализация феномена четвертой волны феминизма в условиях новой политической реальности // Россия в условиях новой политической реальности: стратегии и методы развития: материалы Всероссийской научной конференции РАПН, Москва, РАНХиГС при Президенте РФ, 25–26 ноября 2016 г. / под ред. О.В. Гаман-Голутвиной, Л.В. Сморгунова, Л.Н. Тимофеевой. Москва: Проспект, 2016. С. 75–76.
- Капелли А.-М.* Образы феминизма // История женщин на Западе. Т. IV: Возникновение феминизма: от Великой французской революции до Мировой войны. Санкт-Петербург: Алетейя, 2015. 536 с.
- Рябченко Н.А., Катермина В.В., Гнедаш А.А., Мальшева О.П.* Политический контент социальных движений в online-пространстве современных государств: методология анализа и исследовательская практика // Южно-российский журнал социальных наук. 2018. Т. 19, № 3. С. 139–162.
- Bonfiglioli C.* Women’s Activism, the Cold War, and the UN Decade for Women (1975–1985) // *Aspasia*. 2020. Vol. 14, no. 1. P. 144–147. <https://doi.org/10.3167/asp.2020.140110>
- Burgess S.K.* Between the Desire for Law and the Law of Desire: #MeToo and the Cost of Telling the Truth Today // *Philosophy & Rhetoric*. 2018. Vol. 51, no. 4. P. 342–367. <https://doi.org/10.5325/philrhet.51.4.0342>
- Crawford E.* The Women’s Suffrage Movement: A Reference Guide 1866–1928. London, 2002.
- Diamond D.* The fourth wave of feminism: psychoanalytic perspectives // *Studies in Gender and Sexuality*. 2009. Vol. 10, no. 4. P. 213–223. <https://doi.org/10.1080/15240650903228187>
- Felmlee D.H., Blanford J.I., Matthews S.A., MacEachren A.M.* The geography of sentiment towards the Women’s March of 2017 // *PLOS ONE*. 2020. Vol. 15, no. 6. e0233994. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0233994>
- French Feminist Thought: A Reader.* New York, 1987.
- Hall S.* American Patriotism, American Protest: Social Movements Since the Sixties. Philadelphia, 2010.
- Just S.N., Muhr S.L.* “Together We Rise”: Collaboration and Contestation as Narrative Drivers of the Women’s March // *Leadership*. 2019. Vol. 15, no. 2. P. 245–267. <https://doi.org/10.1177/1742715018809497>
- LeGates M.* In Their Time: A History of Feminism in Western Society. NY., 2001.
- Loofit R.* #girlgaze: photography, fourth wave feminism, and social media advocacy // *Continuum*. 2017. Vol. 31, no. 6. P. 892–902. <https://doi.org/10.1080/10304312.2017.1370539>
- Maclaran P.* Feminism’s fourth wave: a research agenda for marketing and consumer research // *Journal of Marketing Management*. 2015. Vol. 31. P. 1732–1738. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2015.1076497>
- Mendes K., Ringrose J., Keller J.* #MeToo and the promise and pitfalls of challenging rape culture through digital feminist activism // *European Journal of Women’s Studies*. 2018. Vol. 25, no. 2. P. 236–246. <https://doi.org/10.1177/1350506818765318>
- Moni S.* Intersectionality in the Contemporary Women’s Marches: Possibilities for Social Change // *Journal of Feminist Scholarship*. 2020. Vol. 16. P. 1–6. <https://doi.org/10.23860/jfs.2019.16.01>
- Orloff A.S.* Gendering the Comparative Analysis of Welfare States: An Unfinished Agenda // *Sociological Theory*. 2009. Vol. 27, no. 3. P. 317–343. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9558.2009.01350.x>
- Phillips R., Cree V.E.* What does the ‘Fourth Wave’ Mean for Teaching Feminism in Twenty-First Century Social Work? // *Social Work Education*. 2014. Vol. 33, no. 7. P. 930–943. <https://doi.org/10.1080/02615479.2014.885007>

- Prochaska F.K. *Women and Philanthropy in 19th Century England*. London, 1980.
- Smith-Rosenberg C. *Religion and the Rise of American City*. Ithaca, 1971.
- Vickery A.E. After the march, what? Rethinking how we teach the feminist movement // *Social Studies Research and Practice*. 2018. Vol. 13, no. 3. P. 402–411. <https://doi.org/10.1108/SSRP-05-2018-0020>
- Wahyudiputra A., Amrullah A.T., Adrian D. The Weinstein Effects: forecasting the genesis of cancel culture in Hollywood industry // *Journal of Language Literary and Cultural Studies*. 2021. Vol. 4, no. 1. P. 39–47. <https://doi.org/10.30996/anaphora.v4i1.4710>
- Women in German History: From Bourgeois Emancipation to Sexual Liberation*. Oxford, 1989.
- Zarkov D., Davis K. Ambiguities and dilemmas around #MeToo: #ForHow Long and #WhereTo? // *European Journal of Women's Studies*. 2018. Vol. 25, no. 1. P. 3–9. <https://doi.org/10.1177/1350506817749436>

References

- De Beauvoir, S. (1949). *Le Deuxième Sexe*. Paris: Gallimard [Beauvoir, de S. (2015). *Second sex*. Moscow. (In Russian)].
- Bonfiglioli, C. (2020). Women's activism, the Cold War, and the UN Decade for Women (1975–1985). *Aspasia*, 14(1), 144–147. <https://doi.org/10.3167/asp.2020.140110>
- Bryson, V. (1992). *Feminist political theory: An introduction*. UK: MacMillan [Bryson, V. (2001). *The political theory of feminism*. Moscow. (In Russian)].
- Burgess, S.K. (2018). Between the desire for law and the law of desire: #MeToo and the cost of telling the truth today. *Philosophy & Rhetoric*, 51(4), 342–367. <https://doi.org/10.5325/philrhet.51.4.0342>
- Käppeli, A.-M. (2015). Feminist Scenes. In G. Fraisse & M. Perrot (Eds.), *A history of women in the West, Vol. 4. Emerging feminism from revolution to World War*. Belknap Press: An Imprint of Harvard University Press [Käppeli, A.-M. (2015). Images of feminism. In *History of women in the West. Volume IV: The Rise of Feminism: From the French Revolution to the World War*. St. Petersburg. (In Russian)].
- Crawford, E. (2002). *The Women's Suffrage Movement: A Reference Guide 1866–1928*. London.
- Diamond, D. (2009). The fourth wave of feminism: psychoanalytic perspectives. *Studies in Gender and Sexuality*, 10(4), 213–223. <https://doi.org/10.1080/15240650903228187>
- Felmlee, D.H., Blanford, J.I., Matthews, S.A., & MacEachren, A.M. (2020). The geography of sentiment towards the Women's March of 2017. *PLOS ONE*, 15(6), e0233994. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0233994>
- French Feminist Thought: A Reader*. (1987). New York.
- Gnedash, A.A. (2016). Conceptualization of the phenomenon of the fourth wave of feminism in the new political reality. In O.V. Gaman-Golutvina, L.V. Smorgunova & L.N. Timofeeva (Eds.), *Russia in the New Political Reality: Strategies and Methods of Development* (pp. 75–76). Proceedings of the All-Russian Scientific Conference of the RAPS. Moscow: RANEPА. (In Russian).
- Hall, S. (2010). *American Patriotism, American Protest: Social Movements Since the Sixties*. Philadelphia.
- Thébaud, F., Duby, G., & Perrot, M. (Eds.) (2000). *Toward a cultural identity in the twentieth century (Volume V) (History of women in the West)*. Belknap Press: An Imprint of Harvard University Press [*History of Women in the West. Volume V: The Formation of Cultural Identity in the 20th Century* (2015). St. Petersburg. (In Russian)].
- Just, S.N., & Muhr, S.L. (2019). “Together We Rise”: Collaboration and contestation as narrative drivers of the Women's March. *Leadership*, 15(2), 245–267. <https://doi.org/10.1177/1742715018809497>
- LeGates, M. (2001). *In Their Time: A History of Feminism in Western Society*. NY.
- Looft, R. (2017). #girlgaze: photography, fourth wave feminism, and social media advocacy. *Continuum*, 31(6), 892–902. <https://doi.org/10.1080/10304312.2017.1370539>

- Maclaran, P. (2015). Feminism's fourth wave: a research agenda for marketing and consumer research. *Journal of Marketing Management*, 31, 1732–1738. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2015.1076497>
- Mendes, K., Ringrose, J., & Keller, J. (2018). #MeToo and the promise and pitfalls of challenging rape culture through digital feminist activism. *European Journal of Women's Studies*, 25(2), 236–246. <https://doi.org/10.1177/1350506818765318>
- Moni, S. (2020). Intersectionality in the contemporary women's marches: Possibilities for social change. *Journal of Feminist Scholarship*, 16, 1–16. <https://doi.org/10.23860/jfs.2019.16.01>
- Orloff, A.S. (2009). Gendering the comparative analysis of welfare states: An unfinished agenda. *Sociological Theory*, 27(3), 317–343. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9558.2009.01350.x>
- Phillips, R., & Cree, V.E. (2014). What does the 'fourth wave' mean for teaching feminism in twenty-first century social work? *Social Work Education*, 33(7), 930–943. <https://doi.org/10.1080/02615479.2014.885007>
- Prochaska, F.K. (1980). *Women and Philanthropy in 19th Century England*. London.
- Ryabchenko, N.A., Katermina, V.V., Gnedash, A.A., & Malysheva, O.P. (2018). Political content of social movements in the online space of modern states: methodology of the analysis and research practices. *South-Russian Journal of Social Sciences*, 19(3), 139–162. (In Russian).
- Smith-Rosenberg, C. (1971). *Religion and the Rise of American City*. Ithaca.
- Vickery, A.E. (2018). After the march, what? Rethinking how we teach the feminist movement. *Social Studies Research and Practice*, 13(3), 402–411. <https://doi.org/10.1108/SSRP-05-2018-0020>
- Wahyudiputra, A., Amrullah, A.T., & Adrian, D. (2021). The Weinstein Effects: forecasting the genesis of cancel culture in Hollywood industry. *Journal of Language Literary and Cultural Studies*, 4(1), 39–47. <https://doi.org/10.30996/anaphora.v4i1.4710>
- Women in German History: From Bourgeois Emancipation to Sexual Liberation*. (1989). Oxford.
- Zarkov, D., & Davis, K. (2018). Ambiguities and dilemmas around #MeToo: #ForHow Long and #WhereTo? *European Journal of Women's Studies*, 25(1), 3–9. <https://doi.org/10.1177/1350506817749436>

Сведения об авторе:

Гнедаш Анна Александровна – кандидат политических наук, доцент Кубанского государственного университета (e-mail: anna_gnedash@inbox.ru) (ORCID: 0000-0002-3516-107X)

About the author:

Anna A. Gnedash – PhD of Political Science, Associate Professor, Kuban State University (e-mail: anna_gnedash@inbox.ru) (ORCID: 0000-0002-3516-107X)