

УДК 329.1/.6, 327

ПОЛИТИЧЕСКАЯ МЕДИАГЕОГРАФИЯ: ПОТРЕБЛЕНИЕ СМЫСЛА «ФЕМИНИЗМ» В СТРАНАХ СЕВЕРНОЙ ЕВРОПЫ

© 2023 г. ЯНГЛЯЕВА Марина Михайловна*

*Кандидат филологических наук, доцент,
факультет журналистики Московского государственного университета
имени М.В. Ломоносова. 119019, Россия, Москва, Моховая, 9*

**E-mail: marinapavlikova@mail.ru*

Поступила в редакцию 13.01.2023

После доработки 30.03.2023

Принята к публикации 12.04.2023

Аннотация. В статье представлены результаты исследования интереса интернет-пользователей стран Северной Европы к феминизму. Анализ осуществлен на основе методов политической медиагеографии. Медиагеографический подход к *big data* позволяет критически осмыслить эффективность стратегий политической власти и поведение электората в различных странах и регионах. Феминизм рассмотрен как политический смысл, который хорошо вписывается в философию коммунизма, социализма и капитализма. В исследовании оценена относительная популярность темы «феминизм» в скандинавском и финском сегментах интернета за последнее десятилетие, выделены особенности потребления этого политического смысла в Швеции, Финляндии, Дании и Норвегии, в т. ч. в сравнении с другими странами мира. Несмотря на то что феминизм пока остается политически привлекательным и медийно востребованным, в результате сопоставления эмпирических данных из системы *Google* с 2010 по 2023 гг. с историческими реалиями выявлена увеличивающаяся анизотропия ментальных ландшафтов всех стран региона, в особенности Швеции и Финляндии. Практически равный интерес интернет-аудитория стран Северной Европы проявляет только к сексизму, используемому для характеристики современных процессов вокруг идеологии феминизма. Сделан вывод, что мода на феминизм

в регионе проходит, и электорально-мобилизационный потенциал феминизма и его роль как фактора и инструмента политтехнологий снижаются.

Ключевые слова: политическая медиагеография, Северная Европа, Швеция, Финляндия, политика, политический процесс, идеология, политические смыслы, феминизм, ментальный ландшафт

DOI: 10.31857/S0201708323030117

EDN: bsxzbq

Феминизм как политический смысл

Феминизм как политический смысл занимает особое место в идеологическом поле. Эта система идей, на основе которой возникли общественно-политические движения, никогда не претендовала на роль лидирующей концепции радикального переустройства мира и общества. Если капитализм и другие миросущностные проекты модерна изначально рассматривались как глобальная социальная общность и историческая неизбежность, то феминизм мог быть встроен в любой из этих проектов. Последний способен соединиться с другими идеологиями: коммунизмом, социализмом, капитализмом. Сегодня политический смысл, с одной стороны, является составной частью идеологии, с другой – продуктом идеологического процесса. При определенных условиях и высокой востребованности того или иного смысла в политической практике (отражает интересы социума), понятия политический смысл и конкретная идеология становятся тождественными, т. е. политический смысл может рассматриваться как система, совокупность идей и знаний, выступать как полноценная идеология и как часть метаидеологии.

Политический смысл – антропосоциальный феномен, который может выступать как товар (например, метафора «постправда», чаще всего используемая для характеристики положения дел в современной политике и элитарных играх, превратилась в политический смысл и стала медиапродуктом [Николайчук и др., 2020]), как общественное благо (поиск путей совершенствования общества, новых форм организации жизни [Кукушкина, 2015]) и как услуга (оказывается электорату политическими акторами для принятия решений по выбору конкурирующих политических программ [Малинова, 2013]). Идеология феминизма, имеющая в основе жесткие гендерные рамки и эксплуатирующая широкую тему приобретения и защиты прав социальных субъектов, востребована для мобилизации групп в рамках различных, часто несовместимых политических практик. В этом заключается преимущество феминизма, которое ярко проявляется в современных электоральных процессах. В этой связи во многих странах активно велись общественные дискуссии на тему преодоления «стеклянного потолка»¹, большинство политических партий обзаве-

¹ Термин «*glass ceiling*» впервые появился в американской печати в 1984 г. в издании *Working Woman* («Работающая женщина»). В 1991 г. в США было принято специальное постановление о гражданских правах женщин (*Glass Ceiling Act*), которое вошло в свод положений о правах человека. – Прим. авт.

лись женскими секциями и популистскими лозунгами о поддержке женщин в общественно-политической жизни, а женские лица стали брендами партий, государств и наций.

Хорошая сочетаемость феминизма с другими системами идей и общественными движениями, выступающими за социальные изменения, основаны на «критическом анализе привилегированного положения мужчин и подчиненного положения женщин в данном обществе». Поскольку «феминизм не представляет собой монолитной и универсальной теории, но имеет различные идеологические проявления и политические стратегии» [Королева, 2007], обсуждаются разные его проявления (либеральный, марксистский, радикальный, постмодернистский, экологический, психоаналитический, антирасистский и т.д.) в политической жизни и других областях. Показательный пример таких «феминизмов» – радикальное феминистское движение Мария 2.0 внутри Католической церкви Германии¹ [Шиманская, 2022].

Теоретические подходы и методология исследования

Для исследования современной системы существования политических смыслов, которая развивается в пространстве и времени и имеет свою скорость трансформаций, целесообразно использовать потенциал нового научного направления – политической медиагеографии. Мы впервые вводим в научный оборот это понятие и обозначаем им прикладную политологическую дисциплину, предназначенную для изучения актуальных политических и социальных процессов в мире на основе анализа совокупностей упорядоченных во времени эмпирических данных по публикациям печатной прессы, аудиовизуальных и онлайн-медиа (по принципу политической медиаметрии с анализом динамических рядов [Николайчук, 2015]) в привязке к пространственным координатам информационного поля. Иными словами, методическое ядро политической медиагеографии заключено в подходе, при котором специфика политических процессов и явлений рассматривается через призму анализа функционирования медиасистемы в конкретных географических локациях различного иерархического уровня и на конкретных временных отрезках (в пространстве и времени). При этом реальность раскрывается в ходе обращения к таким категориям общей медиагеографии, как ментальное пространство², ментальный

¹ Это движение выступает не только за широкое гендерное равноправие в церкви, но и за признание гомосексуальных браков, «поскольку это реальность, в которой живет современный мир». Подобная позиция противоречит не только учению Католической церкви, но и всему христианству, тем не менее «Церковь не обрушила на протестующих активисток запрещения или отлучения... Это противоречит и духу современного европейского общества с принципами толерантности, и позиции самой церкви, нацеленной на увещевание и катехизацию» [Шиманская, 2022: 181].

² Пространство, опосредованное и проявленное в деятельности средств массовой информации и коммуникации, которые реализуют свою общественную функцию в быстро прогрессирующей цифровой среде. – *Прим. авт.*

ландшафт¹, морфоскульптуры², которыми мы оперируем в своих исследованиях [Якова, Янглева, 2019]. Понятийный аппарат медиагеографии как междисциплинарной области на протяжении нескольких десятков лет создавался зарубежными географами и медиаисследователями Т. Хегерштрандом [Hägerstrand: 1965], Э. Рэльфом [Relph: 1976], Д. Уолмсли [Walmsley, 1982], Х. Блотевогелем [Blotevogel: 1984], И. Саловааарой-Мури [Salovaara-Moring, 2004] Д. Фолкхаймером, А. Янссон [Falkheimer, Jansson, 2006], Д. Дармофолом [Darmofal, 2015] и др. Географы предложили включить в понятийный аппарат гуманитарной науки определения образно-географической системы, образного пространства, ментально-географического пространства. В российской науке в рамках гуманитарной географии успешно развивается направление имажинальной географии, которая изучает особенности и закономерности формирования географических образов, их структуры, специфику моделирования, способы и типы репрезентации и интерпретации [Замятин, 2010].

Политическая медиагеография впервые ставит вопрос о специфике и разнообразии политических и социально-общественных процессов в системе различных иерархически и/или линейно организованных медиапространств. Мы акцентируем внимание на сильнейшей анизотропии географических локаций по реакции населения на политические процессы. Таким образом, очень много зависит от смыслов, транслируемых глобальными и региональными медиа и потреблением этих смыслов гражданами – резидентами территорий.

Разрабатывая методологию исследования, мы дополнили традиционные подходы (социологический, исторический, филологический) медиагеографическим анализом ментальных ландшафтов различных стран и регионов с привлечением интернет-статистики. Число пользователей, которых можно характеризовать как активных граждан, способных через запросы выразить свое отношение к социальным объектам, сегодня на порядки больше, чем респондентов в опросах. Поскольку все крупные поисковые системы и другие интернет-предприятия не только изучают клиентов, но и создают платные возможности для их анализа, оперативный контент для формирования личной информационной среды (пространства) оптимизируется – настраивается на потребителя. Основной эмпирический материал исследования составили *big data*, извлеченные из поисковой системы *Google*. Публичное веб-

¹ Ментальный ландшафт можно рассматривать как образ мыслей, отношение к каким-либо общественно значимым явлениям и процессам резидентов определенной местности, территории. Образ мыслей – ментальность – является системой отношений с социальной реальностью и осмыслением некой внеположенной данности отдельными личностями. Как и в случае с простым физическим ландшафтом, эта система эмерджентна. – *Прим. авт.*

² В качестве морфоскульптур на ментальном ландшафте рассмотрены персоны, события, явления, символы и знаки, укоренившиеся в массовом сознании. В качестве таких ментальных маркеров могут использоваться выдающиеся деятели из разных областей общественной жизни, современные политики, популярные представители культуры и искусства, реперные точки в истории, достижения и др. Характер ландшафта в данном случае будет определять стратегию воздвижения – инфузии в него новых морфоскульптур в пределах актуальной политической и пропагандистской практики. – *Прим. авт.*

приложение *Google Trends* показывает, как часто определенный термин ищут по отношению к общему объему поисковых запросов в различных регионах мира и на различных языках. Акт поиска и последующего использования информации носит добровольный или добровольно-принудительный характер и происходит в момент времени, когда такая потребность реально возникла. Тем самым такой акт принципиально отличается от ответа респондента на вопросы при социологическом опросе или при заполнении анкеты в ходе рекламной акции. Выход запроса на уровень тега или темы означает, что количество запрашиваемой информации статистически большое (запросы многочисленны, устойчивы, формулируются по-разному, но вокруг одного предмета) и на основе анализа запросов искусственный интеллект начинает форматировать и предлагать свои версии лексических единиц, что позволяет резко увеличить точность выдачи.

Сначала сравним потребление политического смысла «феминизм» со смыслами эпохи модернити: коммунизмом, социализмом, капитализмом. Анализ потребления смысла «феминизм» за последние годы будет отражать только актуальные тенденции и опишет достаточно хаотичную политическую практику последних лет.

Интерес к феминизму опережает интерес к социализму, но уступает коммунизму. Идеология феминизма является востребованной в рамках рассматриваемой системы из четырех смыслов в разных странах. Страной, где феминизм долгое время имел высший политический приоритет, является Швеция. Заметное доминирование этой идеологии наблюдается на длительном интервале времени – 2012–2019 гг.

Потребление смысла «феминизм» в Швеции

Швецию называют страной победившего феминизма. В борьбе за власть большинство партий использовали политический и электоральный ресурс феминисток. На первую ступень легитимации феминизма Швеция ступила позже, чем Россия. В 1884 г. в Швеции появились женские трудовые движения, которые боролись за изменения на рынке труда без выдвижения политических программ. В России уже в 1895 г. сформировалась политическая организация «Русское женское благотворительное общество» с лозунгом «Свобода и равенство всех перед законом без различия пола» [Воронова, Артюхова, 2008: 101], ставшая наиболее крупной политической организацией в женском движении России. К концу XX – началу XXI вв. страны подошли с разным историческим багажом. Во время перестройки в СССР во многом формальная, но реально существовавшая система гендерного равенства в политике была практически разрушена. Число женщин в Верховном совете должно было составлять 35% от общего числа депутатов, однако в 1990 г. система квот была отменена. В Швеции введенная в 1970-х гг. система квот не подвергалась реформированию. Она оказалась устойчивой и продуктивной и обеспечила баланс власти и внутреннюю стабильность. В стране были разработаны модели квот для партий и правительства в целом.

В 1992 г. принят Закон о равных возможностях (обновлен в 1994 и 2001 гг.). В 2006 г. (до выборов) женщины занимали 49% мест в парламенте страны и более 40% министерских постов. В 2014 г. к руководству страной пришла левоцентрист-

ская коалиция из социал-демократов и зеленых, которая сформировала т. н. феминистическое правительство. 1 января 2018 г. начало работать Управление по вопросам гендерного равенства (*Jämställdhetsmyndigheten*). Однако к концу 2010-х гг. потребление смысла «феминизм» среди шведов значительно спало.

Использование феминистического фактора в политических процессах в рамках эксплуатации лозунгов традиционных левых движений теряет свою эффективность. Феминизм левого толка с опорой на достижение политического равноправия в странах Северной Европы, где долгое время правили левоцентристские социал-демократы, отстаивающие права женщин, ослабевает. В соседних Финляндии и Норвегии у власти находятся коалиции с участием националистических партий, а правительство меньшинства в Дании зависит от поддержки крайне правых. За последние два десятилетия «партии, которые часто именуют “право-популистскими”, превратились ... во влиятельную общественно-политическую силу» [Плевако, 2018]. Однако это не меняет общественного климата в отношении признания женского равноправия. Популярность в других странах мира националистов, которые скептически относятся к либеральным или феминистическим идеям и более консервативно настроены по отношению к традиционным институтам, дает шведским политикам право говорить об особой ответственности Стокгольма в деле отстаивания прав женщин. Однако потребление смысла «феминизм» в Швеции в последние годы упало до исторического минимума. Самыми популярными в растущем тренде являются запрос «перспективы феминизма» и темы «постфеминизм»¹ и «антифеминизм». По интересу интернет-аудитории к теме «постфеминизм» за последние пять лет Швеция занимает восьмое место в мире (после Великобритании, Австралии, Канады; для сравнения: США – 11 место), а к теме «антифеминизм» – первое место, опередив Канаду и Австралию (для сравнения в регионе: Норвегия – 5, Финляндия – 18, Дания – 21 место).

Потребление смысла «феминизм» в Финляндии

В Финляндии политический феминизм в аспекте его потребления фактически повторил путь Швеции. Финляндия, точнее Великое княжество Финляндское в составе Российской империи, первая в Европе предоставила женщинам избирательные права (1906 г.). Закон о равноправии был принят раньше, чем в Швеции – в 1987 г.; в 2005 г. вступил в силу новый закон. Другое различие состоит в том, что бурное развитие спроса на феминизм проходило на фоне сохранения относительно высокого интереса к коммунизму. Финляндия, которая во внешнеполитической и внутривнутриполитической жизни ориентируется на Швецию, представляет в рассматри-

¹ Префикс «пост-» акцентирует внимание на том, что созданное феминистами поле гораздо шире, чем оно может казаться на первый взгляд. Постфеминисты обязательно рассматривают человека как физическую единицу (его гены, мозг, гормоны), т. е. включают в общий анализ биологические исследования мужской и женской природы. Постфеминисты, в отличие от профеминистов, говорят о наличии природного пола человека и его значении. – *Прим. авт.*

ваемом случае оригинальный профиль интереса к смыслам модерна, значительно отличающийся от шведского. На сегодняшний день спад внимания к феминизму в Финляндии, в отличие от Швеции, незначителен.

Во время нахождения на посту премьер-министра Санны Марин (2019-2023 гг.) главы всех пяти партий правительственной коалиции и большая часть кабинета министров были женщинами. Так Финляндия реализует государственный феминизм в форме социальной политики гендерного равенства [Павленко, 2019]. В апреле 2023 г. в Финляндии состоялись парламентские выборы; социал-демократы во главе с Санной Марин проиграли Национал-коалиционной партии (*Kokoomus*) и «Истинным финнам» (*Perussuomalaiset*). Лидер национальной коалиции Петтери Орпо начал формирование нового кабинета. Исходя из истории Финляндии (например, с 1970-х гг. доля женщин в парламенте превышает 20%; к первой в истории женщине-президенту Финляндии Тарью Халонен стали относиться как к политику с мировым именем), феминизм – «это идеология страны и часть сознания каждого финского человека» [Павленко, 2019: 242].

Гендерная проблематика стала самостоятельной системой производства смыслов, предназначенных для женских контингентов, которые стремятся достаточно быстро дифференцироваться от мужчин в социальном плане. Например, к середине 1990-х гг. многие европейские университеты сформировали учебные программы и специализированные отделения, нацеленные на изучение соответствующих тем. В Финляндии система для подготовки кадров в гендерных исследованиях получила государственное финансирование. Отделения (кафедры) открыты в университетах Хельсинки, Оулу, Ювяскюля, Турку, Йоенсуу и др. В 2004 г. у исследователей в области гендерных проблем появилась возможность получить степень доктора философии в Университете Хельсинки, в 2005 г. – степень доктора общественных наук в Университете Ювяскюля.

В трех странах скандинавского полуострова рост интереса аудитории к феминизму наблюдается в 2014–2017 гг. Максимальный уровень относительной популярности темы «Феминизм – Политическая идеология» (см. Рис. 1) фиксируется в Швеции в мае и сентябре 2014 г. (85 и 86 по 100-балльной шкале), в Дании – в ноябре 2017 г. (76), в Норвегии – в марте 2017 г. (53). Пики напрямую связаны с парламентскими и муниципальными выборами и выборами в европейский парламент (сентябрь 2014 г.)¹. С 1929 по 1999 гг. феминизм выходил на новые уровни присутствия в политике: например, доля женщин в парламенте Норвегии в 1929 г. составляла 1, в 1977 – 26, 1999 – 36,4%, в Финляндии – 3, 23 и 37% соответственно, в Швеции – 1, 21 и 42,7% соответственно. С 1980-х гг. наблюдается устойчивый рост количества женщин в муниципальных и региональных органах власти [Степанова, 2003].

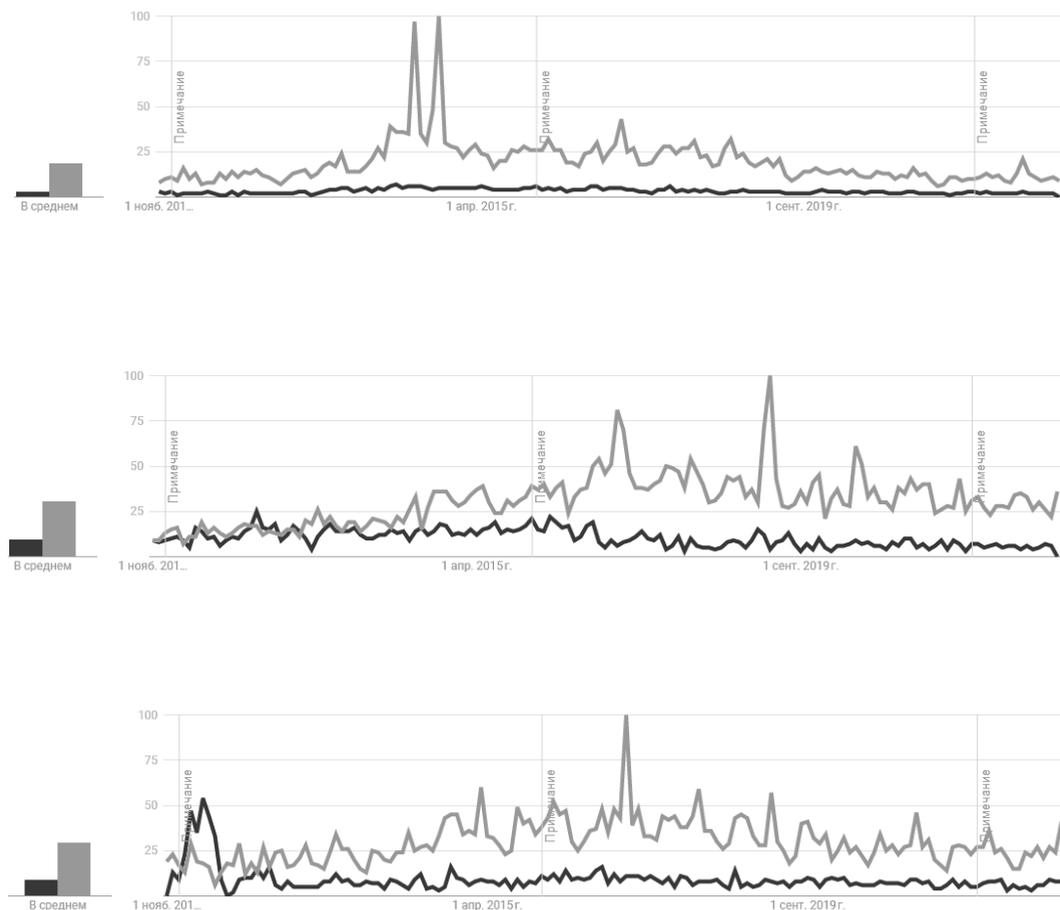
При рассмотрении ментального рельефа Северной Европы, исходя из уровня относительной популярности темы «феминизм» в целом, стоит указать на равный интерес к сексизму, часто используемому для характеристики современных про-

¹ Расчеты автора. Система *Google*. Настройки запроса: по всему миру за пять лет с 29.03.2018 по 29.03.2023.

цессов вокруг идеологии феминизма. Сексизм как комплекс социальных стереотипов и элемент политической и в целом коммуникационной практики активно изучается, поскольку результаты таких исследований находят применение в различных сферах человеческой деятельности. Однако их масштаб не сравним с научным интересом к феминизму, который коррелируется с общим интересом граждан северо-европейских стран к теме. На Рис. 1 представлена динамика относительной популярности тем «сексизм» и «феминизм» в Швеции, Финляндии и Норвегии. Интерес к феминизму преобладает, но уровень интереса к сексизму в целом стабильный и устойчивый.

Рис. 1

Динамика относительной популярности запросов «Сексизм – Тема» (первая кривая), «Феминизм – Политическая идеология» (вторая кривая) в Швеции (1-й график), Финляндии (2-й график) и Норвегии (3-й график). Система Google. Настройки запроса: период с 10.02.2010 по 10.03.2023 гг.



Сексизм как тема потребляется значительно активнее, чем постфеминизм и антифеминизм. По сравнению с другими странами мира зафиксировано отсутствие интереса интернет-аудитории к профеминизму (из 15 представленных в рейтинге *Google* государств нет ни одного североевропейского).

Заключение

Практика политического феминизма в странах Северной Европы формировалась с учетом всех смыслов, мобилизующих женские движения. В то же время процесс внедрения феминизма в общественно-политическую жизнь в регионе не был противоречивым в отличие от Британии (превращение суфражисток-хулиганок в респектабельных политических лидеров), США (создание новых политических смыслов, например сестринство/*sisterhood* или феминизм как гарант демократии¹, креативными интеллектуалками) или Аргентины (популярность Эвы Перон, которую общественные массы в середине XX в. были готовы выдвинуть в президенты). При этом именно в Северной Европе получили развитие гендерные исследования.

Политический смысл «феминизм» остается политически и медийно востребованным, продолжает оставаться хорошим товаром и услугой. С его помощью политические конкуренты могут формировать спектр альтернатив для потенциальной аудитории с целью привлечь симпатии электората. Эмпирические данные по динамике потребления смысла «феминизм» интернет-аудиторией северных стран Европы позволяют говорить об увеличивающейся анизотропии ментальных ландшафтов и о снижении популярности этой идеологии. Мода на феминизм при исчерпанности его электорально-мобилизационного потенциала проходит. Участие женщин во властных структурах не принесло прорывных улучшений в странах Северной Европы, уже достигших высокой степени социального благополучия. Можно прогнозировать деградацию идеологии феминизма, снижение ее роли как фактора и инструмента политтехнологий. В таких условиях возникнут и окрепнут новые мужские движения, например, маскулизм, которые вступят в конфликт с женскими.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Воронова Л., Артюхова К. (2008) Путь в политику: особенности становления гендерного равенства в Швеции и России. *Образ женщины в культуре и массмедиа. Взгляд из Северной Европы и России*. Под ред. Е.Л. Варганова, М.М. Павликова, О.Л. Кряжева. University of Tampere, Тампере, Финляндия.

Замятин Д.Н. (2010) Гуманитарная география: предмет изучения и основные направления развития. *Общественные науки и современность*. № 4. С. 126–138.

¹ Имеется в виду деятельность общенационального журнала «Ms.» – первого и единственного журнала США, который позиционировал себя как феминистское издание. Издание появилось в начале 1970-х гг. во время второй волны феминизма и, как многие движения 1970-х гг., стал «буревестником революции» в психологии американского общества [Сви-стунова, 2008: 226–243].

- Королева Т.А. (2007) *Феминизм: идейно-теоретические основы и политическая практика*. Дис. ... канд. полит. наук. Санкт-Петербург. 164 с.
- Кукушкина Е.И. (2015) *Русская интеллигенция в поисках политических смыслов*. Изд. МГУ, Москва. 192 с.
- Малинова О.Ю. (2013) *Конструирование смыслов: Исследование символической политики в современной России*. РАН. ИНИОН. Центр социальных науч.-информ. исслед. Отд. полит. науки, Москва, Россия. 421 с.
- Николайчук И.А. (2015) *Политическая медиаметрия. Зарубежные СМИ и безопасность России*. РИСИ, Москва. 230 с.
- Николайчук И.А., Янглева М.М., Якова Т.С. (2020) Феномен постправды и кризис доверия к легитимным источникам информации. *Проблемы национальной стратегии*. № 2(59). С. 142–158.
- Павленко Н. Р. (2019) Феминизм в общественно-политической жизни Финляндии: история появления и развития. *Скиф. Вопросы студенческой науки*. № 7(35). С. 238–242.
- Плевако Н. (2018) Национализм и правый популизм в Скандинавских странах и Финляндии. *Научно-аналитический вестник ИЕ РАН*. № 3. С. 63–69.
- Степанова Н.М. (2003) Политика гендерного равенства в скандинавских странах. *Гендерная реконструкция политических систем*. Под ред. Н.М. Степанова, М.М. Кириченко, Е.В. Кочкина. ИСПГ-Алетейя, Санкт-Петербург. URL: <http://www.owl.ru/win/books/genderpolicy/stepanova2.htm> (дата обращения: 01.02.2023).
- Шиманская О.К. (2022) Мария 2.0. феминистское движение в католической церкви Германии: новый вызов? *Современная Европа*. № 3. С. 171–184.
- Якова Т.С., Янглева М.М. (2019) *Медиагеография*. Издательство ИКАР, Москва. 188 с.
- Blotevogel H.H. (1984) Zeitungsregionen in der Bundesrepublik Deutschland. *Erdkunde*, Band. 38. P. 79–93.
- Darmofal D. (2015) *Spatial Analysis for the Social Sciences*. Cambridge University Press. 259 p. DOI: <https://doi.org/10.1017/CBO9781139051293>
- Falkheimer J., Jansson A. (ed.) (2006) *Geographies of Communication: The Spatial Turn in Media Studies*. Nordicom, Goeteborg, Sweden. 309 p.
- Hägerstrand T. (1965) Aspects of the spatial structure of social communication and the diffusion of the information. *Papers of the Regional Science Association*. No. 16. P. 27–42.
- Relph E. (1976) *Place and Placelessness*. Pion, London, UK. 174 p.
- Salovaara-Moring I. *Media geographies. Regional newspaper discourses in Finland in the 1990s*. Doctoral dissertation. Saarijarvi, Finland. 319 p.
- Walmsley D.J. (1982) Mass media and spatial awareness. *Tijdschrift voor Econ. En Soc. Geografie*. No. 73(1). P. 32–42.

Political Mediageography: Consumption of Feminism in Northern Europe

M.M. Yanglyeva*

*Candidate of Sciences (Philology), Associate Professor
Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University
9, Mokhovaja st., Moscow, Russia, 119019*

***E-mail:** marinapavlikova@mail.ru

Abstract. The article presents the results of a multidisciplinary analysis of such political constant (political sense) as “feminism”. New aspects of the reaction of societies to the practice of exercising political power in different regions and countries are revealed. The analysis was carried out on the basis of political media geography – a new discipline in political science. The author considers feminism as a political sense that fits well into the framework of “big” ideologies: communism, socialism, capitalism. The author uses the concept of a mental landscape, which can be considered as a way of thinking, attitude to any socially significant phenomena and processes of residents of a certain area, territory. The research is based on big data obtained from Google for the period 2010–2023 – the dynamics of Internet users’ requests in Nordic countries, according to topics that mark the meaning of “feminism”. The study concentrates on a new understanding of Internet bibliometrics, which takes into account the massive interest of users in various topics, expressed in the number of requests for certain keywords or phrases in a certain period of time. The author focuses on the phenomenon of anisotropy of mental landscapes especially in Sweden and Finland. Despite the fact that feminism still remains politically attractive, available empirical data indicate an increasing anisotropy of the mental landscapes of all countries in the region. Popularity of feminism fell below its peak. It is possible to predict the degradation of the ideology, the decline of its role as a factor and instrument of political struggle.

Key words: political mediageography, Northern Europe, Sweden, Finland, politics, political process, ideology, senses, feminism, mental landscape

DOI: 10.31857/S0201708323030117

EDN: bsxzbq

REFERENCES

- Blotevogel H.H. (1984) Zeitungsregionen in der Bundesrepublik Deutschland, *Erdkunde*, 38, pp. 79–93.
- Darmofal D. (2015) *Spatial Analysis for the Social Sciences*, Cambridge University Press. DOI: <https://doi.org/10.1017/CBO9781139051293>
- Falkheimer J., Jansson A. (ed.) (2006) *Geographies of Communication: The Spatial Turn in Media Studies*, Nordicom, Goeteborg, Sweden.
- Hägerstrand T. (1965) Aspects of the spatial structure of social communication and the diffusion of the information, *Papers of the Regional Science Association*, 16, pp. 27–42.
- Koroleva T.A. (2007) *Feminizm: idejno-teoreticheskie osnovy i politicheskaya praktika* [Feminism: ideological and theoretical foundations and political practice], PhD. Thesis, Sankt-Petersburg, Russia. (In Russian).
- Kukushkina E.I. (2015) *Russkaya intelligenciya v poiskah politicheskikh smyslov* [Russian intelligentsia in search of political meanings], MGU, Moscow, Russia. (In Russian).
- Malinova O.Yu. (2013) *Konstruirovaniye smyslov: Issledovaniye simvolicheskoy politiki v sovremennoj Rossii* [Constructing meanings: a study of symbolic politics in contemporary Russia], RAN. INION. Centr social'nyh nauch.-inform. issled. Otd. polit. nauki, Moscow, Russia. (In Russian).

Nikolajchuk I.A. (2015) *Politicheskaya mediametriya. Zarubezhnye SMI i bezopasnost' Rossii* [Political mediametry. Foreign media and Russian national security], RISI, Moscow, Russia. (In Russian).

Nikolajchuk I.A., Yanglyaeva M.M., Yakova T.S. (2020) Fenomen postpravdy i krizis doveriya k legitimnym istochnikam informacii [The post-truth phenomenon and the crisis of trust to legitimate sources of information], *Problemy nacional'noj strategii*, 2(59), pp. 142–158. (In Russian).

Pavlenko N.R. (2019) Feminizm v obshchestvenno-politicheskoy zhizni Finlyandii: istoriya poyavleniya i razvitiya [Feminism in the social and political life of Finland: the history of emergence and development], *Skif*, 7(35), pp. 238–242. (In Russian).

Plevako N. (2018) Nacionalizm i pravij populizm v Skandinavskih stranah i Finlyandii [Nationalism and right-wing populism in the Scandinavian countries and Finland], *Nauchno-analiticheskij vestnik IE RAN*, 3, pp. 63–69. (In Russian).

Rolph E. (1976) *Place and Placelessness*, Pion, London, UK.

Salovaara-Moring I. *Media geographies. Regional newspaper discourses in Finland in the 1990s*, Doctoral dissertation, Saarijarvi, Finland.

Shimanskaya O.K. (2022) Mariya 2.0. feministskoe dvizhenie v katolicheskoy cerkvi Germanii: novyj vyzov? [Maria 2.0. feminist movement in the Catholic Church in Germany: a new challenge?], *Sovremennaya Evropa*, 3, pp. 171–184. (In Russian).

Stepanova N.M. (2003) Politika gendernogo ravenstva v skandinavskih stranah [The politics of gender equality in the Nordic countries], in Stepanova N.M., Kirichenko M.M., Kochkina E.V. (ed.) *Gendernaya rekonstrukciya politicheskikh system*. ISPG-Aleteya, Sankt-Petersburg, Russia. URL: <http://www.owl.ru/win/books/genderpolicy/stepanova2.htm> (accessed: 01.02.2023). (In Russian).

Voronova L., Artyuhova K. (2008) Put' v politiku: osobennosti stanovleniya gendernogo ravenstva v Shvecii i Rossii, in Vartanova E.L., Pavlikova M.M., Kryazheva O.L. *Obraz zhenshchiny v kul'ture i massmedia. Vzglyad iz Severnoj Evropy i Rossii* [The path to politics: features of the formation of gender equality in Sweden and Russia. The image of a woman in culture and mass media. A view from Northern Europe and Russia], University of Tampere, Tampere, Finland. (In Russian).

Walmsley D.J. (1982) Mass media and spatial awareness, *Tijdschrift voor Econ. En Soc. Geografie*, 73(1), pp. 32–42.

Yakova T.S., Yanglyaeva M.M. (2019) *Mediageografiya* [Media geography], Izdatel'stvo IKAR. Moscow, Russia. (In Russian).

Zamyatin D.N. (2010) Gumanitarnaya geografiya: predmet izucheniya i osnovnye napravleniya razvitiya [Humanitarian geography: the subject of study and the main directions of development], *Obshchestvennye nauki i sovremennost'*, 4, pp. 126–138. (In Russian).