

Гегемония традиции: часть 2. Феномен маскулинности в запросах пользователей рунета*

Жаркова Дарья Владимировна, Северо-Западный институт управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, факультет экономики и финансов (Санкт-Петербург, Российская Федерация)
студентка 4-го курса бакалавриата;
e-mail: d.zharkova-21@edu.ranepa.ru

Зайцева Анна Вячеславовна, Северо-Западный институт управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, факультет экономики и финансов (Санкт-Петербург, Российская Федерация)
студентка 4-го курса бакалавриата;
e-mail: azaytseva-21-02@edu.ranepa.ru

Попова Диана Михайловна, Северо-Западный институт управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, факультет международных отношений и политических исследований (Санкт-Петербург, Российская Федерация)
студентка 3-го курса бакалавриата;
e-mail: dpopova-22-02@ranepa.ru

Научный руководитель:

Кашина Марина Александровна, Северо-Западный институт управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации; кафедра социальных технологий (Санкт-Петербург, Российская Федерация)
профессор кафедры; доктор политических наук, доцент;
e-mail: kashina-ma@ranepa.ru

Аннотация

Через анализ популярных поисковых запросов и результатов их выдачи можно узнать, как объясняется пользователям интернета маскулинность, и выявить общие тенденции о представлениях в поведении мужчин. Цель исследования — дать характеристику образов маскулинности, интересующих пользователей Интернета. Объект исследования — пользовательские поисковые запросы и тексты из результатов поисковой выдачи. Методы — анализ пользовательских поисковых запросов с использованием инструментария Яндекс.Wordstat, позволяющий выявить частотность запросов, связанных с понятием маскулинности, а также сформировать текстовые данные для последующего частотного анализа и текстового моделирования информационного содержания поисковой выдачи. Результаты исследования: анализ пользовательских запросов указывает на растущий интерес к проблеме токсичной маскулинности и поиску альтернативных моделей поведения. Традиционные нормы соотносятся с токсич-

* Статья подготовлена в рамках участия в программе обучения молодых исследователей «Научный код» (Президентская академия, 2023–2024 уч. год). Результаты обучения были представлены на Молодежной секции научной конференц-сессии «Государственное управление и развитие России: новые горизонты и образ будущего», состоявшейся 20–21 мая 2024 года. Данная статья опубликована в двух частях: в первой части, опубликованной в предыдущем выпуске журнала (том 11, № 2 (30), 2025), авторы определяют характер наиболее популярных мужских образов, представленных в русскоязычной массовой культуре: кинематографе и музыкальных хитах; в данной статье — во второй части — авторы выявляют общие тенденции о представлениях в поведении мужчин через анализ популярных поисковых запросов в Интернете.

ной маскулинностью, а ей, в свою очередь, противопоставляется новая с более эгалитарными представлениями о поведении мужчин. Перспективными направлениями будущих исследований являются: оценка влияния традиционных и новых представлений о мужественности на формирование межличностных отношений, а также проверка гипотезы о корреляции между традиционной маскулинностью и склонностью к проявлению насилия в различных формах.

Ключевые слова: гендерные роли, гендерные стереотипы, интеллектуальный анализ текстов, токсичная маскулинность, медиа, поисковые запросы, пользователи интернета, частотный анализ, тематическое моделирование.

The Hegemony of Tradition: Part 2. The Phenomenon of Masculinity in the Requests / Search Queries of Web Users**

Anna V. Zaitseva, North-West Institute of Management of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Faculty of Economics and Finance (Saint Petersburg, Russian Federation)

4th year undergraduate student;

e-mail: azaytseva-21-02@edu.ranepa.ru

Darya V. Zharkova, North-West Institute of Management of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Faculty of Economics and Finance (Saint Petersburg, Russian Federation)

4th year undergraduate student;

e-mail: d.zharkova-21@edu.ranepa.ru

Diana M. Popova, North-West Institute of Management of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Faculty of International Relations and Political Studies (Saint Petersburg, Russian Federation)

3rd year undergraduate student;

e-mail: dpopova-22-02@ranepa.ru

Academic Supervisor:

Marina A. Kashina, North-West Institute of Management of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; Department of Social Technologies (Saint Petersburg, Russian Federation)

Professor of Department, Doctor of Political Science, Associate Professor;

e-mail: kashina-ma@ranepa.ru

Abstract

The analysis of popular search queries and their results enables one to find out about the way masculinity is interpreted to Internet users and to identify some general trends in the perception of men's behavior. The study aims to characterize the images of masculinity

** The paper has been produced within the framework of the Training Program for Young Researchers "Academic Code", the Presidential Academy, 2023-2024 academic year. The training results were presented at the Youth Panel of the Academic Conference session "Public Administration and Development of Russia: New Horizons and Image of the Future", May 20-21, 2024. This article is published in two parts: in the first part, published in the previous issue of the journal (volume 11, no. 2 (30), 2025), the authors define the nature of the most popular male images presented in Russian-language mass culture: cinema and music hits; in this article, in the second part, the authors identify general trends in male behavior through an analysis of popular search queries on the Internet.

Internet users take interest in. Users' search queries and the texts from the search results constitute the object of the research. The authors employ the analysis of user search queries applying the toolkit Yandex. Wordstat, which enables to identify the frequency of queries related to the concept of masculinity, as well as to generate the textual data for further frequency analysis and textual modelling of the information content of the search results. The results of the study allow to draw the conclusion that the analysis of user queries indicates a growing interest in the problem of toxic masculinity and the search for alternative behaviors. Traditional norms are correlated with toxic masculinity, and this, in turn, is opposed by a new one with more egalitarian ideas about men's behavior. Some promising perspectives for future research involve assessing the influence of traditional and new ideas about masculinity on the formation of interpersonal relationships, as well as verifying the hypothesis of correlation between traditional masculinity and the propensity to manifest violence in various forms.

Keywords: gender roles, gender stereotypes, intellectual analysis of texts, toxic masculinity, media, search queries, Internet users, frequency analysis, thematic modeling.

ВВЕДЕНИЕ

В статье описан второй этап исследования об образах маскулинности в русскоязычной массовой культуре и запросах пользователей рунета. Первый этап был представлен в статье «Гегемония традиций: часть 1. Образы маскулинности в популярном русскоязычном кинематографе и музыкальных хитах» [1, с. 16–30]. Основной вывод первого этапа заключается в том, что в проанализированных произведениях топ-чартов массовой культуры традиционный тип маскулинности остается доминирующим. Наибольшей популярностью у зрителей/слушателей пользуется образ мужчин, идентичность которых строится на насилии и эмоциональной сдержанности. Задача второго этапа — соотнести результаты контент-анализа произведений массовой культуры из первой части исследования и тематического моделирования текстов статей о маскулинности.

Google или Яндекс — это не интернет. Хотя именно эти поисковые сервисы создали пользовательский интерфейс, который позволяет почти любому человеку быстро сориентироваться и с помощью их поисковой строки найти необходимую информацию. В этом плане поисковые сервисы очень похожи на чарты музыки и фильмов. Пользователь вбивает любой интересующий вопрос и получает релевантный запросу ранжированный список ресурсов: сайты со статьями, медиаплощадки, интернет-магазины и так далее. Поисковые алгоритмы включают в себя ряд переменных: от пользовательской истории предыдущих запросов, локации и пола до выкупленных рекламных баннеров и места в поисковой выдаче. Раньше люди обращались к энциклопедии, теперь каждый сайт является поставщиком информации и медиумом, связывающим автора и потребителя [11, с. 642–643]. А темы, которые повторяются на этих ресурсах, становятся важным исследовательским материалом для социологических наук [13, с. 46].

В этом плане «маскулинность» — это такой же запрос в поисковике, как и остальные: любой человек, вбивая его, получит ряд сайтов, которые раскрывают тему и несут определенные нарративы. Тем самым анализ поисковых запросов и текстов статей о маскулинности позволяет понять, что люди хотят знать о маскулинности, и как она объясняется пользователям интернета этими сайтами через текст.

Литературный обзор. В последние годы в гуманитарных науках, в гендерных исследованиях, в частности, используются смешанные и цифровые методы анализа, которые расширяют привычные подходы. Например, в критическом дискурс-анализе применяют методы

цифровой лингвистики, что позволяет расширить выборку текстов, механизировать работу, сделать ее воспроизводимой, а также получать новые категории для анализа [14, с. 128]. Также в исследовании Changsoo Lee приходит к выводу, что корпусные методы лингвистического анализа позволяют сосредоточиться на работе не только со скрытыми тематическими структурами текстов, но и использовать результаты в работах о репрезентации разных социальных групп, что становится актуальным в эпоху постоянного увеличения текстовой информации в социальных сетях и интернет-медиа [9, с. 14]. В гендерной проблематике работы с использованием корпусной лингвистики открывают возможности для анализа механизмов, через которые конструируются гендерные различия и сходства [8, с. 101; 15, с. 4]. Эта идея воспроизводится и в работе *Doing Gender Online: Digital Spaces for Identity Politics*, кроме того, авторы показывают единство существующего общественного порядка и процесса **цифрового** конструирования гендера [7, с. 207–209]. Тем самым женщины и мужчины в российском обществе воспроизводят предписанные традиционные модели через используемые приложения и создаваемые форумы, группы в сети [6, с. 7]. Однако работ, выполненных на стыке анализа проблем маскулинности и ее репрезентации в массовой культуре с использованием цифровых методов, найти не удалось, это и определило тематику второго этапа исследования. **Исследовательский** вопрос второго этапа: какими сведениями и о какой маскулинности интересуются пользователи русскоязычного интернета?

Теоретическая рамка. На первом этапе в качестве основной теоретической рамки выступала теория гегемонной маскулинности Р. Коннела [5, с. 12]. Для второго этапа исследования рамка расширяется работой Д. Фиска [10, с. 19]. Так, аудитория рассматривается как активный участник, а не просто потребитель произведений массовой культуры. Важны при исследовании интернет-пространства и идеи Л. Мановича, который подчеркивает, что социальные сети, онлайн-галереи и медиаплатформы являются источниками культурных данных, отражающих изменение предпочтений аудитории и распространение культурных трендов [3, с. 16].

Цель — выявить характеристику образов маскулинности, интересующую пользователей интернета. **Объект исследования** — пользовательские поисковые запросы и тексты из результата поисковой выдачи. **Предметом исследования** выступают нарративы традиционной и новой маскулинности.

Задачи:

1. Описать популярные запросы по теме «маскулинность» через инструмент Яндекс Wordstat¹.
2. Составить текстовый набор данных через автоматизированную выгрузку статей по теме «маскулинность», выпадающих в поисковой выдаче.
3. Провести тематическое моделирование текстов статей о маскулинности с помощью инструментов интеллектуального анализа естественного языка (частотный анализ и графовый анализ биграмм).
4. Соотнести результаты контент-анализа произведений массовой культуры из первой части статьи с результатами по тематическому моделированию текстов статей о маскулинности.

Гипотеза. Интерес пользователей интернета к негативным последствиям традиционной маскулинности свидетельствует об утрате ею монополии на представление нормативного образа мужчин в общественном сознании.

Методы исследования. Анализ эмпирического материала проводился с использованием текстового частотного и тематического моделирования на основе графового анализа

¹ Яндекс WordStat — это бесплатный сервис для оценки и анализа интересов пользователей. Он показывает подробную статистику по поисковым запросам.

для поиска связей между словами, парами слов (биграммami). Анализ реализован авторским кодом на Python².

ХАРАКТЕРИСТИКА ЭМПИРИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА

Пользовательские запросы. Что такое маскулинность? Кто такой мужчина? Какие качества должны преобладать в мужском поведении? Мы не знаем, как пользователи формулируют свой запрос в поисковой интернет-строке. Тем не менее частота преобладания одних слов над другими показывает запрос среднестатистического пользователя по теме. Поэтому для анализа формировались данные: о частоте появления различных слов по теме «маскулинность» в поисковой выдаче (топы запросов) и динамика запросов с января 2018 года по декабрь 2025 года через инструмент Яндексa — Wordstat (Приложение 1).

Текстовый набор данных. По результатам анализа частоты слов в поисковых запросах в основу обезличенной поисковой строки Яндекс.Поиска было взято слово «маскулинность», так как оно связано с множеством производных тематик (культура, гуманитарные науки, психология поведения). На основе этого ключевого запроса была собрана выборка из первых 54 сайтов. Все выбранные сайты представляют собой текстовые материалы, где рассматривается и интерпретируется понятие маскулинности (Приложение 2). Корпус текстов был сформирован автоматизированным способом и включает 54 статьи, их общий объем — 57 044 слова. Структура набора данных состоит из заголовка, внутренних подзаголовков и основного корпуса текста статьи. Затем данные были предварительно обработаны (очистка от стоп-слов, лемматизация и токенизация текстов), что позволило выявить частотные содержательные для набора данных слова и провести тематическое моделирование.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ АНАЛИЗ

Запросы пользователей. В научных исследованиях мужчин и маскулинности термин «токсичная маскулинность» применяется редко и служит скорее дискуссионной темой, нежели закрепившейся теорией, в отличие, например, от гегемонной [12, с. 347]. В таблице 1 приведены словосочетания, которые использовались вместе со словом «маскулинность», и среднее количество запросов в месяц по ним в декабре 2024 года. Если не рассматривать прямой запрос «маскулинность», то на первом месте стоит термин «токсичная маскулинность», а на 12-м — гегемонная. Количество запросов первого термина в 11 раз больше второго. При анализе динамики темы «маскулинность» максимальное количество запросов было в июне 2022 года и достигло 44 тыс. за месяц (Приложение 1). Несмотря на кажущуюся малочисленность запросов (в среднем 10 тыс. в месяц), они относятся к специфической тематике «маскулинность», которая является узкой нишей в общем русскоязычном информационном поле. В контексте гендерных исследований это значимый объем данных.

Токсичная маскулинность как поисковой запрос в информационном пространстве вытесняет остальные. Мы предполагаем, что пользователь, делая запрос по слову «маскулинность», уже несколько осведомлен о таком термине. В рамках теории о полифонической природе медиа можно заключить, что именно определение ее как токсичной стало результатом процесса коммуникации интернет-платформ и пользователей, что привело к формированию пространства, в котором маскулинность обсуждается в ее «токсичных» проявлениях. Вследствие чего увеличивается интерес к этой проблематике среди других пользователей.

² Открытый исходный код составлен авторами статьи для обработки текстов: https://colab.research.google.com/drive/1CPRSqPyvRmEu_bgCg0hT845Pryt2ZS9x?usp=sharing

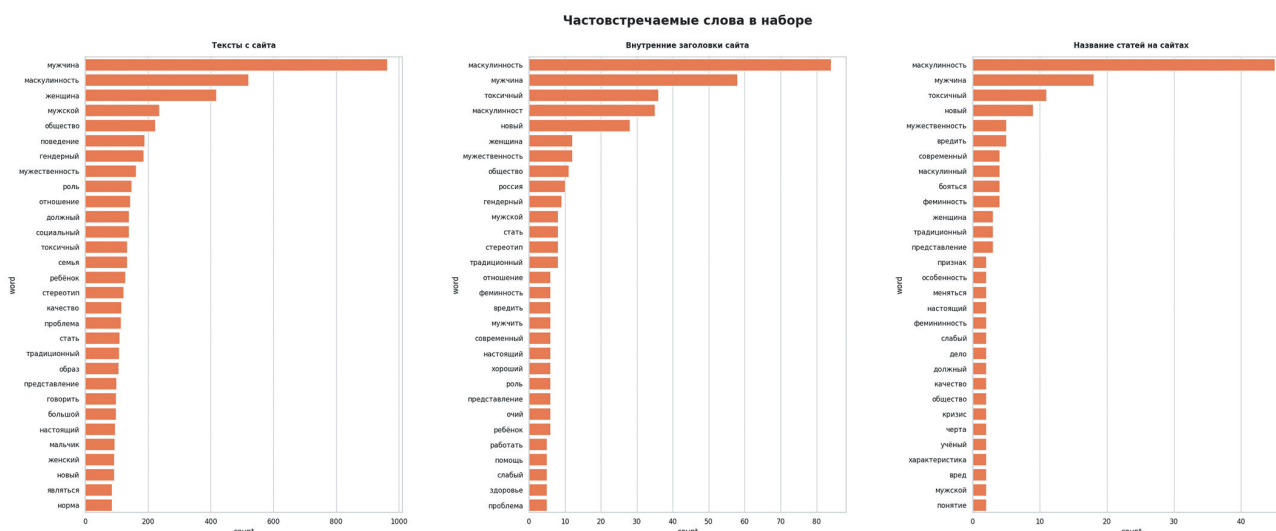
Таблица 1

Список формулировок, использующихся в поисковике на запрос о маскулинности Yandex Wordstat³

Формулировка	Число запросов
маскулинность	12 445
токсичная маскулинность	1028
феминность + и маскулинность	895
маскулинность + это простыми	349
тест + на маскулинность	302
гендерная маскулинность	181
маскулинность + или маскулинность	145
хофстеде маскулинность	142
маскулинность культуры	127
маскулинность + у женщин	126
новая маскулинность	110
гегемонная маскулинность	93

Чтобы понять, из чего складывается эта тема для пользователя в интернет-пространстве, был проведен анализ текстов как результата выдачи в поисковике. Делая запрос по слову «маскулинность», пользователь ожидает получить содержательную информацию в ответ на свой запрос. Она представлена на медиаресурсах и сайтах через текст, зачастую это статьи. Подробно изучив, какие есть темы и нарративы в этих статьях, можно понять, какой информацией удовлетворяется запрос пользователей. Для этого используется анализ корпуса текстов поисковой выдачи.

Частотный анализ текстов. Самые частотные слова связаны с нашим прямым запросом «маскулинность», так как заголовки и названия статей содержат это слово. Однако в подзаголовках и названиях статей чаще встречаются слова «токсичный» и «новый». Это означает, что большинство из 54 проанализированных сайтов посвящены токсичной или новой маскулинности. График представлен на рисунке 1.

Рис. 1. Распределение частоты слов в наборе данных⁴

³ Источник: составлено авторами.

⁴ Источник: составлено авторами.

Важно отметить, что заголовки и внутренние подзаголовки влияют на то, как статьи появляются в результатах поисковой выдачи. Это работает как ключевые слова, но только для алгоритмов поиска [4, с. 3]. Таким образом, пользователи, которые ищут информацию по запросам «мужчина», «маскулинность» или «мужественность», с большей вероятностью увидят статьи о токсичной или новой маскулинности. Это следствие формирования запроса по семантическому ядру, так как эти слова ложатся в основу контекста поиска и содержания самих статей.

Это отражает двойственность общественного восприятия мужских ролей и ценностей, когда токсичным проявлениям традиционной маскулинности противопоставляется новая, этой токсичностью не обладающая. Таким образом, выбор ключевых слов для анализа позволяет не только понять, какие темы наиболее актуальны, но и выявить содержание дискуссий о гендере, предлагаемых пользователям в цифровом пространстве.

Тематическое моделирование. В результате работы с биграммами⁵ был построен граф, демонстрирующий связность слов в текстах статей (см. рис. 2). Вершины графа представляют собой наиболее частотные слова, а ребра показывают контекст, в котором эти слова используются в предложениях.

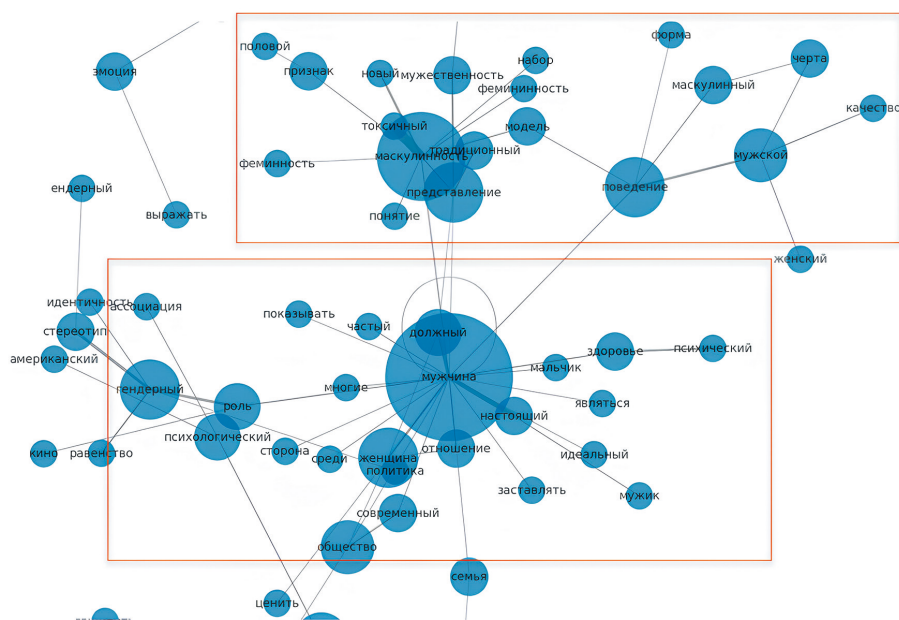


Рис. 2. Термин «маскулинность» в биграммах через гендерные категории⁶

График, на котором выведен анализ биграмм, разделяется на три части кластера. Первая часть, представленная на рисунке 1, включает такие слова, как «мужчина», «маскулинность» и «гендерный». Этот кластер можно назвать «Слова, описывающие термин «маскулинность» через гендерные категории», связанные с гендерными установками, стереотипами и нормами поведения. Однако невозможно точно определить, какие именно стереотипы имеются в виду, так как в основном используются слова, которые лишь подтверждают факт наличия этих стереотипов. Слова указывают на то, что мужчина должен выполнять определенную гендерную роль, быть «настоящим» или идеальным мужчиной, и что общество задает такую модель поведения.

⁵ Биграмма — разбиение слов на пары и подсчет частоты встречаемости их в наборе.

⁶ Источник: составлено авторами.

2. Частотный анализ текстов выявил преобладание слов «токсичный» и «новый» в заголовках и подзаголовках статей, связанных с запросом «маскулинность». Следовательно, пользователи, интересующиеся темами «мужчина», «маскулинность» или «мужественность», чаще сталкиваются с материалами, фокусирующими внимание на токсичных или новых аспектах мужской роли, что показывает как возможный кризис маскулинности, так и тенденцию на изменение представлений о мужском поведении.

3. Анализ биграмм помогает выявить конкретные нарративы, которые формируют современное понимание маскулинности. Эти нарративы сосредоточены на гендерных стереотипах, эмоциональной закрытости мужчин и их отношении к здоровью. Они также демонстрируют содержание традиционного представления о мужской роли.

Обобщая, можно сделать следующий вывод: современные дискуссии о маскулинности в цифровом пространстве фокусируются преимущественно на проблематике токсичных проявлений мужской идентичности и противопоставлении их новым формам. Традиционная маскулинность воспринимается через призму критики ее негативных последствий для мужчин и общества в целом. Этот подход способствует укреплению ассоциации между традиционной и токсичной маскулинностью в информационном поле, формируя контекст, где акцент делается именно на проблемных аспектах маскулинных норм.

Необходимо отметить, что гендерные нормы, которыми руководствуются мужчины, определяются как деструктивные, этим может объясняться популярность термина «токсичная маскулинность». Токсичны не сами мужчины, а именно результат, который вреден для самого индивида: мужчина не может позаботиться о своем здоровье и сходить к врачу, подавляет эмоции как в повседневной жизни, так и вовне, то есть по отношению к уязвимым группам (не доминирующим мужчинам, женщинам, этническим меньшинствам и т. д.) [2].

Понимание пользователями интернета проявлений гегемонной традиционной маскулинности через токсичность свидетельствует, что привычный стереотипный образ маскулинности критикуется в интернет-пространстве. Это вызывает желание пользователей узнавать о маскулинности как таковой, вследствие чего сами авторы на этот спрос отвечают б#ольшим количеством подобного контента. Такая критика может приводить к пересмотру представлений о мужских образах. Возможно, именно это стало причиной появления такого термина, как «новая маскулинность», чтобы предоставить альтернативный взгляд на мужественность. В результате проведенного анализа нельзя точно составить образ новой маскулинности, так как в рассматриваемой выборке б#ольшая часть статей посвящена объяснению проблем токсичной маскулинности.

СОПОСТАВЛЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ПЕРВОГО И ВТОРОГО ЭТАПОВ ИССЛЕДОВАНИЯ

Выводы по первому этапу исследования говорят о том, что в русскоязычном кинематографе и популярных композициях, формирующих музыкальные чарты, доминируют традиционные представления о мужественности, ассоциируемые с агрессией, эмоциональной закрытостью и культом силы.

Анализ биграмм и выделение в них кластеров показал, что происходит отождествление проявлений традиционной гегемонной маскулинности с токсичной маскулинностью. Это свидетельствует о критическом отношении к «традиционным» гендерным стереотипам и может указывать на формирование запроса по пересмотру существующих форм проявления маскулинности.

Другими словами, результаты анализа массива интернет-ресурсов и контента русскоязычной массовой культуры, представленной на основной платформе потребления —

Яндексе, гипотезу исследования подтвердили. Сегодня в массовой русскоязычной культуре наибольшей популярностью пользуются образы традиционной гегемонной маскулинности, но интерес пользователей интернета к ее негативным последствиям свидетельствует об утрате ею монополии на представление нормативного образа мужчин в общественном сознании.

Заключение. Хотя изображение традиционной маскулинности по-прежнему преобладает в российской массовой культуре, наличие иного дискурса и в интернет-пространстве свидетельствует о меняющемся представлении — о том, что эмоциональная глубина и вовлеченность в отношениях начинают находить место наряду с укоренявшимися веками понятиями силы и твердости. Подобные изменения в массовой культуре не только подтверждают переосмысление социальных установок, но и ведут к более широкому пониманию того, что значит быть настоящим мужчиной в современном российском обществе.

Негативные последствия «токсичной маскулинности» признаются социальной проблемой и выводят интернет-пользователей на обсуждение разнообразия мужского поведения, что повышает общественную осведомленность. В то же самое время массовая культура, в частности музыка и кинематограф, продолжает подпитывать общественное сознание преимущественно традиционными мужскими образами, которые транслируют применение физической силы для решения проблем и неравное, зачастую грубое и уничижительное отношение к романтическим партнерам. Тем самым назревает конфликт между запросом аудитории на освещение проблемы и ее репрезентацией в массовой культуре.

Практическая значимость второго этапа исследования лежит в поле социологии, а именно в практике использования цифровых методов. Так, разработан алгоритм сбора и обработки текстовых данных из поисковой выдачи, который может быть адаптирован для исследования других гендерных концепций, и создан методический подход к анализу культурных нарративов через автоматизированную обработку текстовых данных на Python, что позволит воспроизводить результаты исследования.

Анализируя полученные результаты, необходимо принять во внимание ряд ограничений:

1. Хотя и анализировались самые первые, то есть популярные сайты, однако 54 сайта, из которых извлекались тексты, являются маленькой выборкой для исследования. Так как алгоритмы поиска включают в себя не только релевантность запросу пользователя, но и рекламу, местоположение, историю пользовательской выдачи, то мы не можем точно утверждать, что эти же сайты видят пользователи и формируют их информационное пространство.
2. Анализировались только текстовые данные. Основным пользовательским интернет-пространством являются социальные сети, форумы, на которых размещается не только текстовый контент, но и видео, аудио, а также данные о комментариях и реакции пользователей. Такие данные в этом исследовании не анализировались, но они представляют большой интерес для понимания реального отношения пользователей к теме маскулинности.
3. Субъективность интерпретации биграмм. Различные исследователи могут по-разному истолковать значение тех или иных словосочетаний. В этой работе представлена авторская интерпретация, и она не является единственно возможной.

Дальнейшее направление исследования связано с расширением выборки анализируемого интернет-контента, а также с анализом текста средствами больших языковых моделей, что поможет снизить личностную сторону интерпретаций в теме гендера и стереотипов о маскулинности.

Литература:

1. Жаркова, Д. В. Гегемония традиций: часть 1. Образы маскулинности в популярном русскоязычном кинематографе и музыкальных хитах / Д. В. Жаркова, А. В. Зайцева, Д. М. Попова // Новизна. Эксперимент. Традиции (Н.Экс.Т). – 2025. – № 1 (29). – С. 16–30.
2. Кон, И. С. Маскулинность в меняющемся мире / И. С. Кон // Электронный сборник статей портала психологических изданий PsyJournals.ru. – 2011. – Т. 3. – № 2011-1.
3. Манович, Л. Что такое культурная аналитика? / Л. Манович // Шаги/Steps. – 2017. – Т. 3. – № 2. – С. 8–19.
4. Муратова, Е. А. Методы внутренней и внешней поисковой оптимизации сайта / Е. А. Муратова // Московский экономический журнал. – 2019. – № 9. – С. 628–634.
5. Хитрук, Е. Б. Концепция гегемонной маскулинности в теории Рэйвин Коннелл: от XX к XXI / Е. Б. Хитрук // Социологический журнал. – 2017. – № 4. – С. 8–30.
6. Шилова, Т. А. Гендерные стереотипы в ресурсах сети Интернет / Т. А. Шилова // Женщина в российском обществе. – 2004. – № 1-2. – С. 34–42.
7. Andreevskikh O., Muravyeva M. (2021) Doing Gender Online: Digital Spaces for Identity Politics // The Palgrave Handbook of Digital Russia Studies. – Cham: Palgrave Macmillan. – Pp. 1–22. – https://doi.org/10.1007/978-3-030-42855-6_12
8. Baker P. (2014) Using corpora to analyze gender // Bloomsbury Publishing. – 2nd ed. – 224 p. – <https://doi.org/10.1075/ijcl.19.4.06kre>
9. Changsoo L. (2019) How are ‘immigrant workers’ represented in Korean news reporting? A text mining approach to critical discourse analysis // Digital Scholarship in the Humanities. – Vol. 34, Iss. 1. – Pp. 82–99. – <https://doi.org/10.1007/s12134-019-00684-x>
10. Fiske J. (2010) Understanding popular culture: [монография] – 2nd ed. – London: Routledge. – 232 p. – <https://doi.org/10.4324/9780203837177>
11. Gooding P., Terras M., Warwick C. (2013) The myth of the new: mass digitization, distant reading, and the future of the book / P. Gooding, // Literary and Linguistic Computing. – Vol. 28, Iss. 4. – Pp. 629–639. – <https://doi.org/10.1093/lle/fqt051>
12. Harrington C. (2021) What is “toxic masculinity” and why does it matter? // Men and masculinities. – Vol. 24, Iss. 2. – Pp. 345–352. – <https://doi.org/10.1177/1097184X20943254>
13. Harvey R. (2020) Twitter reactions to the UN’s #HeForShe campaign for gender equality: A corpus-based discourse analysis // Journal of Corpora and Discourse Studies. – Vol. 3. – Pp. 31–50. – <https://doi.org/10.18573/jcads.12>
14. Mautner G. (2009) Checks and balances: how corpus linguistics can contribute to CDA // Methods of Critical Discourse Analysis. – London: SAGE. – Pp. 122–143. – <https://doi.org/10.3366/cor.2019.0169>
15. Wiens B., Rueck S., Roberts-Smith J., Radzikowska M., MacDonald S. (2020) Materializing Data: New Research Methods for Feminist Digital Humanities // Digital Studies/Le champ numérique. – Vol. 10, No. 1. – Pp. 1–22. – <https://doi.org/10.16995/dscn.373>

References:

1. Zharkova D. V., Zaitseva A. V., Popova D. M. (2025) Hegemony of Tradition: Part 1. Masculinity in Popular Russian Cinema and Music Charts // Novelty. Experiment. Traditions (N.Ex.T). – 2025. – No. 1 (29). – Pp. 16–30. (In Russ.)
2. Kon I. S. (2011) Masculinity in a Changing World // Electronic Collection of Articles from the Psychological Publications Portal PsyJournals.ru. – Vol. 3, No. 2011-1. (In Russ.)
3. Manovich L. (2017) What is cultural analytics? // Shagi/Steps. – Vol. 3, No. 2. – Pp. 8–19. (In Russ.)

4. Muratova E. A. (2019) Methods of Internal and External Website Search Optimization // *Moscow Economic Journal*. – No. 9. – Pp. 628–634. (In Russ.)
5. Khytruk E. B. (2017) The Concept of Hegemonic Masculinity in Raewyn Connell's Theory: From the XX to the XXI Century // *Sociological Journal*. – No. 4. – Pp. 8–30. (In Russ.)
6. Shilova T. A. (2004) Gender Stereotypes in Internet Resources / *Woman in Russian Society*. – No. 1-2. – Pp. 34–42. (In Russ.)
7. Andreevskikh O., Muravyeva M. (2021) Doing Gender Online: Digital Spaces for Identity Politics // *The Palgrave Handbook of Digital Russia Studies* / Eds.: D. Gritsenko, M. Wijermars, M. Kopotev. – Cham: *Palgrave Macmillan*. – Pp. 1–22. – https://doi.org/10.1007/978-3-030-42855-6_12
8. Baker P. (2014) Using corpora to analyze gender // *Bloomsbury Publishing*. – 2nd ed. – 224 p. – <https://doi.org/10.1075/ijcl.19.4.06kre>
9. Changsoo L. (2019) How are 'immigrant workers' represented in Korean news reporting? A text mining approach to critical discourse analysis // *Digital Scholarship in the Humanities*. – Vol. 34, Iss. 1. – Pp. 82–99. – <https://doi.org/10.1007/s12134-019-00684-x>
10. Fiske D. (2010) Understanding popular culture: [monograph] – 2nd ed. – London: *Routledge*. – 232 p. – <https://doi.org/10.4324/9780203837177>
11. Gooding P., Terras M., Warwick C. (2013) The myth of the new: mass digitization, distant reading, and the future of the book // *Literary and Linguistic Computing*. – Vol. 28, Iss. 4. – Pp. 629–639. – <https://doi.org/10.1093/lle/fqt051>
12. Harrington C. (2021) What is "toxic masculinity" and why does it matter? // *Men and masculinities*. – Vol. 24, Iss. 2. – Pp. 345–352. – <https://doi.org/10.1177/1097184X20943254>
13. Harvey R. (2020) Twitter reactions to the UN's #HeForShe campaign for gender equality: A corpus-based discourse analysis // *Journal of Corpora and Discourse Studies*. – Vol. 3. – Pp. 31–50. – <https://doi.org/10.18573/jcads.12>
14. Mautner G. (2009) Checks and balances: how corpus linguistics can contribute to CDA // *Methods of Critical Discourse Analysis*. – London: *SAGE*. – Pp. 122–143. – <https://doi.org/10.3366/cor.2019.0169>
15. Wiens B., Rueck S., Roberts-Smith J., Radzikowska M., MacDonald S. (2020) Materializing Data: New Research Methods for Feminist Digital Humanities // *Digital Studies/Le champ numérique*. – Vol. 10, No. 1. – Pp. 1–22. – <https://doi.org/10.16995/dscn.373>

Приложение 1

Динамика поисковых запросов

Период	Число запросов	Доля от всех запросов, %	Период	Число запросов	Доля от всех запросов, %
январ.18	4405	0,000057	июль.21	10 119	0,000104
февр.18	3956	0,000051	авг.21	11 630	0,000116
мар.18	5411	0,000064	сентя.21	13 595	0,000127
апр.18	7173	0,000095	окт.21	13 922	0,000123
май.18	5566	0,000074	ноя.21	17 638	0,000153
июн.18	4864	0,00007	дека.21	21 663	0,000183
июль.18	3674	0,000053	январ.22	14 431	0,000121
авг.18	3557	0,00005	февр.22	12 749	0,000108
сентя.18	4505	0,000057	март.22	11 321	0,000089
окт.18	8642	0,000094	апр.22	12 146	0,000102
ноя.18	7345	0,000087	май.22	13 743	0,000115
дека.18	6897	0,000081	июнь.22	41 408	0,000388
январ.19	9875	0,000113	июль.22	14 856	0,000143
февр.19	7891	0,000094	авг.22	10 898	0,000101
март.19	7315	0,000083	сентя.22	11 574	0,000099
апр.19	7550	0,000091	окт.22	13 506	0,000109
май.19	7278	0,000092	ноя.22	14 511	0,000115
июн.19	6638	0,000092	дека.22	14 975	0,000119
июль.19	4902	0,000067	январ.23	14 115	0,000115
авг.19	5265	0,000072	февр.23	14 751	0,000130
сентя.19	5935	0,000075	март.23	14 951	0,000120
окт.19	7471	0,000085	апр.23	13 305	0,000115
ноя.19	7896	0,000089	май.23	13 310	0,000118
дека.19	8625	0,000093	июнь.23	11 927	0,000117
январ.20	9636	0,000099	июль.23	9832	0,000098
февр.20	8739	0,000095	авг.23	9633	0,000096
март.20	9103	0,000093	сентя.23	9857	0,000092
апр.20	10 367	0,000087	окт.23	10 922	0,000092
май.20	15 055	0,000141	ноя.23	15 605	0,000133
июн.20	10 361	0,000116	дека.23	14 172	0,000119
июль.20	7431	0,000088	январ.24	13 453	0,000112
авг.20	7774	0,000093	февр.24	12 633	0,000113
сентя.20	7756	0,000082	март.24	13 254	0,000115
окт.20	12 490	0,000116	апр.24	11 860	0,000110
ноя.20	12 439	0,000109	май.24	13 145	0,000124
дека.20	12 542	0,000114	июнь.24	10 225	0,00011
январ.21	10 273	0,000099	июль.24	8805	0,000095
февр.21	10 929	0,00011	авг.24	8636	0,000093
март.21	11 753	0,000108	сентя.24	10 632	0,000107
апр.21	12 794	0,000119	окт.24	11 464	0,000102
май.21	11 809	0,000115	ноя.24	12 181	0,000105
июн.21	10 953	0,000111	дека.24	12 435	0,000104

Приложение 2

Список сайтов для текстовой обработки

№	Название статьи на сайте	Ссылка на ресурс
1	Высокие стандарты маскулинности и мужественности ученые связали с повышенным стрессом Inc. Russia	https://incrussia.ru/news/vysokie-standarty-maskulinnosti-i-muzhestvennosti-uchenye-svyazali-s-povyshennym-stressom/
2	Вред традиционного воспитания: токсичная маскулинность	https://www.b17.ru/article/skurtul_toxic_masculinity/
3	Американские психологи пришли к выводу о вреде традиционной маскулинности	https://rtvi.com/news/amerikanskije-psihologi-prishli-k-vyvodu-o-vrede-traditsionnoj-maskulinnosti/
4	Во все тяжкие: как традиционная маскулинность приводит к ранней мужской смертности Forbes Life	https://www.forbes.ru/forbeslife/441499-vo-vse-tazkie-kak-tradicionnaa-maskulinnost-privodit-k-rannej-muzskoj-smertnosti
5	Что такое «маскулинность»?	https://quasa.io/ru/media/chto-takoe-maskulinnost
6	Плачь, мальчик! Коммерсантъ	https://www.kommersant.ru/doc/4509886
7	Кризис маскулинности и мужские движения (Иза Феминова) / Проза.ру	https://proza.ru/2008/11/18/684
8	Мужчина 21 века. Каким он должен быть?	https://sysblok.ru/society/bud-muzhikom-maskulinnost-v-jepohu-cifrovizacii-i-novoj-jetiki/
9	Что такое маскулинность и почему о ней надо говорить? Такие дела	https://takiedela.ru/news/2019/10/07/maskulinnost/
10	Мужчина 2020-х: кто он? Ведомости	https://www.vedomosti.ru/kp/humans/article/2022/02/08/908295-muzhchini-v-poiske
11	Что такое токсичная маскулинность, и как она вредит мужчинам	https://burninghut.ru/toksichnaya-maskulinnost/
12	Ученые выделили три типа маскулинности Газета.Ру Новости	https://www.gazeta.ru/science/news/2023/08/15/21076748.shtml
13	Статьи психолога Андрея Демкина	https://onkto.ru/blog/psychoterapia/kapkan-toksichnoj-maskulinnosti
14	Феминность и маскулинность: их природа и особенности	https://hug.ru/blog/feminnost-i-maskulinnost/
15	Как менялись представления о «настоящих мужчинах» в течение 100 лет? Рассказывает социолог	https://www.novochag.ru/obshchestvo/mnenie/100-let-maskulinnosti-ot-1917-goda-do-nashih-dney/
16	Маскулинность в эпоху новой этики Отзывы покупателей Косметиста	https://kosmetista.ru/blog/wow/121213-maskulinnost-v-ehpohu-novoj-ehniki.html
17	О маскулинности и феминности	https://statusmen.ru/lifestyle/masculinity-femininity
18	Что такое маскулинность и токсичная маскулинность РБК Тренды	https://trends.rbc.ru/trends/social/6125f4d69a79471ca69f769c
19	Новая маскулинность: почему она нужна мужчинам Портал «Европульс»	https://euro-pulse.ru/eurotrend/novaya-maskulinnost-pochemu-ona-nuzhna-muzhchinam/
20	Коды мужественности: как продавать мужчинам, апеллируя к идентичности и ценностям Маркетинг на vc.ru	https://vc.ru/marketing/44278-kody-muzhestvennosti-kak-prodavat-muzhchinam-apelliruya-k-identichnosti-i-cennostyam
21	Будь мужиком или умри: что такое токсичная маскулинность и как она вредит мужчинам Кликабол. Всё самое интересное — здесь. Медиаплатформа МирТесен	https://klikabol.mirtesen.ru/blog/43901818381/Bud-muzhikom-ili-umri-cto-takoe-toksichnaya-maskulinnost-i-kak
22	Токсичная маскулинность NeMolchi	https://nemolchi.uz/toksichnaya-maskulinnost/
23	Маскулинность — что это такое, характеристики, примеры	https://psihomed.com/maskulinnost/
24	Маскулинность это	https://www.grc-eka.ru/eto/maskulinnost.html
25	Маскулинность — это... Что такое маскулинность у женщин	https://fb.ru/article/167275/maskulinnost---eto-cto-takoe-maskulinnost-u-jenshin
26	Мужчина больше не должен: что такое современная маскулинность PSYCHOLOGIES	https://www.psychologies.ru/articles/muzhchina-bolshe-ne-dolzhen-cto-takoe-sovremennaya-maskulinnost/
27	Маскулинность и мужественность: в чем их различие Рамблер/женский	https://woman.rambler.ru/other/41087234-maskulinnost-i-muzhestvennost-v-chem-ih-razlichie/

Окончание приложения 2

№	Название статьи на сайте	Ссылка на ресурс
28	Что такое новая маскулинность? Нож	https://knife.media/new-masculinity/
29	Какой ты — феминный или маскулинный? Разбираемся в понятиях Дичь	https://dich.media/kakoj-ty-feminnyj-ili-maskulinnyj-razbiraemsa-v-ponyatiyah/
30	Что такое фемининность, маскулинность и андрогинность: характеристики, особенности	https://intrigue.dating/interesnoe/maskulinnost-i-femininnost/
31	Маскулинность и феминность в психологии нации Наука Fandom	https://science.fandom.com/ru/wiki/Маскулинность_и_феминность_в_психологии_нации
32	Токсичная маскулинность: 5 признаков, что она есть в вашем мужчине MARIECLAIRE	https://www.marieclaire.ru/psychology/toksichnaya-maskulinnost-5-priznakov-cto-ona-est-v-vashem-muzhchine/
33	Страх потерять работу и жену: почему мужчины боятся «новой» маскулинности Forbes Life	https://www.forbes.ru/forbeslife/447153-strah-poterat-rabotu-i-zenu-pocemu-muzciny-boatsa-novoj-maskulinnosti
34	Кризис мужественности, или «Новая» маскулинность The Steppe	https://the-steppe.com/obshestvo/krizis-muzhestvennosti-ili-novaya-maskulinnost
35	Понятие феминности и маскулинности — характерные черты обоих качеств	https://samka.co/psihologiya/feminnost-i-maskulinnost-pochemu-gendernye-stereotipy-tak-plotno-zaseli-v-obschestve/
36	Токсичная маскулинность: что это такое и почему она вредит не только женщинам, но и мужчинам	https://sunmag.me/psikho/10-06-2021-toksichnaya-maskulinnost-cto-eto-takoe-i-pochemu-ona-vredit.html
37	Все мужчины слабые, или Маскулинная женщина	https://fidem.spb.ru/teoriya_uspeha/maskulinnaya-zhenshchina/
38	Маскулинный, маскулинность	https://www.psychol-ok.ru/dictionary/masculine_masculinity.html
39	Мужчина, который не боится бояться Weekend	https://www.kommersant.ru/doc/6111693
40	Маскулинность — что это такое, маскулинные черты и качества	https://feelpassion.ru/psihologiya/maskulinnost-eto.html
41	Новая маскулинность: почему мужчине можно быть слабым Telegraph	https://telegra.ph/Novaya-maskulinnost-pochemu-muzhchine-mozhno-byt-slabym-03-28
42	Новая маскулинность: 8 установок, которые мешают жить современному мужчине Блог «Альпины»	https://alpinabook.ru/blog/novaya-muzhestvennost/
43	Российская маскулинность: вчера и сегодня АНО «Современная семья»	https://nko-family.ru/articles/rossiiskaa-maskulinnost-vcera-i-segodna
44	ERROR	https://reallylove.ru/maskulinnost-cto-jeto-takoe/
45	Быть или не быть... мужчиной: 6 признаков токсичной маскулинности	https://www.womanhit.ru/psychology/personality/2019-03-15-byt-ili-nebyt-muzhchinoj-6priznakov-toksichnoj-maskulinnosti/
46	«Настоящий мужик»: что такое токсичная маскулинность и как она вредит обществу	https://postnews.ru/a/17376
47	Развитие представлений о маскулинности Ad Marginem	https://admarginem.ru/2020/01/02/razvitie-predstavlenij-o-maskulinnosti/
48	О маскулинности и токсичной маскулинности, как она вредит мужчинам	https://blog.smart-inc.ru/toksichnaya-maskulinnost-i-stereotipy-muzhestvennosti/
49	Стереотипы маскулинности и феминности в современном обществе	https://e-koncept.ru/2014/54546.htm
50	Успешный менеджер, но не солдат: как меняются представления об идеальном мужчине и отце Мел	https://mel.fm/zhizn/razbor/2749053-masculinity
51	Маскулинность 21 века: отрывок из книги «Новая мужественность» Джастина Бальдони BURO	https://www.buro247.ru/culture/books/23-02-2023-men.html
52	34.133.48.227 01.09.2024 22:37:31	https://moygrozny.ru/maskulinnost-cto-eto-takoe-prostymi-slovami
53	Токсичная маскулинность зачем с ней нужно бороться FoxTime	https://foxtime.ru/toksichnaya-maskulinnost-pochemu-i-zachem-s-nej-nuzhno-borotsya/
54	Новая маскулинность: звездные софтбои, которые не боятся быть женственными и ранимыми	https://start.ru/journal/softboys

Для цитирования / For citation:

Жаркова Д. В., Зайцева А. В., Попова Д. М. Гегемония традиции: часть . Феномен маскулинности в запросах пользователей рунета // Новизна. Эксперимент. Традиции (Н.Экс.Т). – 2025. – Т. 11. – № 2 (30). – С. 36–51.