

Гендерные проекты в средствах массовой информации Индии

Научный руководитель – Кумылганова Ирма Александровна

Малютченко Марина Николаевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра зарубежной журналистики и литературы, Москва, Россия

E-mail: marinasolovmn@gmail.com

Очевидное возрастание гендерной повестки СМИ обусловлено глобальными политическими, экономическими и социальными изменениями, которые продолжаются с конца XX века. Тема гендера и СМИ является актуальной: она помогает отразить современные процессы, выявить специфику глобализации и выдвигает на первый план проблему прав человека.

Развитие гендерной тематики тесно связано с развитием самого государства. В данной работе мы обращаем внимание на страну Южной Азии - Индию. Исследования гендерной проблемы в странах Азии можно найти у Е.С. Юрловой «Индия: Гендерные проблемы на рубеже XXI века» (М., 1998) или Т.И. Брянской «Проблемы национализма в постколониальном феминизме (на примере Индии)» (Владивосток, 2010), но их меньше по сравнению с исследованиями европейского феминизма. Исследования о странах Азии представляют особый интерес в контексте международных отношений, экономического и политического развития многих азиатских стран и их стремлению к первенству на международной арене.

Как страна контрастов, Индия дает возможность проследить в настоящем времени столкновение между демократическим развитием и традиционным укладом общества. Объектом исследования является современная медиасистема Индии, а предметом исследования - гендерные проекты, форумы, которые существуют в Индии в настоящее время и имеют журналистский контент. Начало XXI века можно охарактеризовать как расцвет индийской медиасистемы благодаря интеграционному процессу, появлению новых изданий и телеканалов, росту индустрии информационных технологий[1]. Несмотря на сохранение популярности телевидения и печатной прессы, появляются тематические онлайн-издания для разных слоев населения.

В данной работе мы рассмотрели и проанализировали пять индийских гендерных проектов, использующих средства массовой информации в интернете для пропаганды феминистского движения, защиты прав женщин и репрезентации образа индийской женщины - это «The Gulabi Gang», «Feminism in India», «Women in India: Unheard stories», «The network of Women in India» и «Women's Web».

Чтобы лучше понять своеобразие медиа потребления в Индии, мы обратили внимание на специфику развития медиасистемы страны в конце XX - начале XXI века, основные черты индийского государства, этнические, языковые особенности, характер индийского постколониального феминизма. Индийское феминистское движение отличается своим характером от феминизма стран первого мира тем, что индийские женщины чаще подвергаются двойной дискриминации - как представительницы нации и как женщины[2]. Несмотря на разнообразие проектов, индийские феминистки не соревнуются между собой, а придерживаются всеобщей системе сопротивления с помощью медиа ресурсов.

Гендерный проект, например, «The Gulabi Gang» способствует обсуждению прав женщин в бедных районах. Сайт «The network of Women in India» поднимает тему статуса женщины в медиа. Проект «Women in India: Unheard stories» рассказывает о великих женщинах в истории Индии, которые повлияли на общество. «Women's Web» ставит вопрос

о развитии индийской женщины в бизнесе. Разнообразие гендерных проектов показывает расцвет и развитие феминистского движения, постепенное изменение положения женщины в обществе. СМИ в Индии являются важным инструментом в репрезентации образа женщины, именно они выводят проблему гендера на национальный уровень и привлекают внимание государства. Индийское государство со своей стороны уже начало поддержку женского населения, запустив программу по расширению прав и возможностей женщин в 2010 году. Национальная миссия по расширению прав и возможностей женщин[3] направлена на обеспечение программ, осуществляемых правительством по делам женщин. Одной из целей миссии является предотвращение преступлений против женщин и создание безопасной среды.

В итоге работы, мы выделили, во-первых, то, что гендерные проекты стали откликом на острые социальные проблемы такие, как домашнее насилие, отсутствие образования у женщин низших каст, дискриминация и гендерное неравенство. Медиа являются важным инструментом в гендерных проектах и помогают индийским женщинам привлекать внимание к правам человека. Во-вторых, интернет позволил многим женщинам «обрести голос» и создать медиа-платформы для выражения своих мыслей, информирования читателей и образования молодых людей. Многие проекты направлены на то, чтобы вдохновить читательниц и помочь им не бояться рассказать свою историю, например, в «Women's Web» или «Feminism in India». В-третьих, гендерные проекты часто обладают образовательным контентом, направленным на молодую аудиторию, у которой в большей степени есть доступ в интернет.

Освещение гендерной проблемы в СМИ тесно связано с демократическим развитием самой Индии, так как для достижения своих целей Индии нужно соответствовать демократическим стандартам, в которых женщина занимает новую позицию, отличную от индийской традиции. Гендерные проекты способствуют развитию феминистского движения и становятся значительной частью медиасистемы Индии.

Источники и литература

- 1) Ткачева Н. В. Индия: медиасистема в условиях либерализации экономики / Под ред. Е. Л. Вартаковой. – М.: МедиаМир, 2009. – 152 с. – С. 19
- 2) Spivak G.C. Can the Subaltern Speak? (1988): http://abahlali.org/files/Can_the_subaltern_speak.pdf
- 3) National Mission for Empowerment of Women (NMEW): <http://www.nmew.gov.in/index.php>