

УДК 316.346.2

Борошноева Алина Петровна

студент
Иркутский государственный университет
Иркутск, Россия
alinaboroshnoeva@yandex.ru

Alina P. Boroshnoeva

Student
Irkutsk State University
Irkutsk, Russia

**МЯГКАЯ СИЛА ФЕМИНИЗМА:
КАК СМИ В США УТВЕРЖДАЮТ
ГЕНДЕРНОЕ РАВЕНСТВО**

**THE SOFT POWER OF FEMINISM:
HOW THE MEDIA IN THE US
CLAIM GENDER EQUALITY**

Аннотация

Статья рассматривает методы продвижения гендерного равенства в американских СМИ с использованием мягкой силы. В работе рассматриваются три этапа феминистического движения. Также рассмотрен концепт мягкой силы и как она используется в связке с медиа для продвижения гендерного равенства. Предоставлены примеры успешных рекламных методик в защите прав женщин и борьбе с насилием в СМИ.

Ключевые слова:

феминизм, гендерное равенство, мягкая сила

Abstract

This article examines the methods of promoting gender equality in the American media using soft power. The paper considers three stages of the feminist movement. The concept of soft power and how it is used in conjunction with the media to promote gender equality is also considered. Examples of successful advertising techniques in protecting women's rights and combating violence in the media are provided.

Keywords:

feminism, gender equality, mass media, soft power

С начала XIX и до первой половины XX вв. проходил первый этап феминистского движения, которое сконцентрировалось на «борьбе за юридическое равноправие между мужчиной и женщиной. Этот период ознаменовался важной ролью суфражизма (от английского suffrage – право голоса) – борьбы женщин за право голоса и участия в выборах. Суфражизм возник в Англии, а затем распространялся по всему миру, включая США, Германию, Францию и другие страны. Первые женщины – избиратели появились в Новой Зеландии, Австралии, Финляндии, Норвегии, Дании, Исландии и России. В 1960-х началась вторая волна феминизма, во время которой женщины боролись за фактическое равенство между полами. Они отказались от устаревшей идеи, что женщины должны быть ограничены только домашними обязанностями и заботой о детях, и сосредоточилась на проблемах насилия и дискриминации, которые женщины испытывают не только на работе и в политической сфере, но и в домашней среде и свободном времени» [1 с. 116]. Вторая волна феминисток подняла вопрос о необходимости культурных изменений, чтобы позволить женщинам достичь автономии и свободы личности. Была также важной задачей борьба за женское представительство в политических структурах, а не только за право голоса. В конце

1970-х гг., особенно в США, феминистское движение перешло в массовую форму, с проведением множества мероприятий и созданием организаций и независимых групп.

С начала 90-х гг. XX в. началась «третья волна» феминизма, которая привела к увеличению разнообразия и специализации «женских правительственных и неправительственных организаций, транснациональных сетей и групп. Приоритеты политической активности феминистов включали равную оплату труда, декриминализацию беременности и родов, права на роды, домашнее насилие, сексуальное преследование, дискриминацию и сексуальное насилие. Феминизм освещал такие темы, как дискриминация, стереотипизация, угнетение и патриархат. Основным принципом феминистской идеологии заключается в том, что права, привилегии и положение в обществе не должны зависеть от пола» [1, с. 116].

Несмотря на большой успех американских женщин, проблема гендерного равенства все еще существует. Заработная плата женщин по-прежнему ниже, чем у мужчин, и многие женщины не имеют других услуг, включая доступ к качественному медицинскому обслуживанию и образованию. Одной из наиболее распространенных проблем являются сексуальные домогательства и насилие в отношении женщин, которые часто остаются безнаказанным. Женщины продолжают бороться за изменение правил для достижения полного гендерного равенства во всех сферах жизни.

В США мягкая сила применяется как эффективный инструмент продвижения гендерного равенства в медийной сфере. Многие активисты и организации используют этот метод для повышения осведомленности о проблеме гендерного неравенства и борьбы с насилием по признаку пола. Равенство между мужчинами и женщинами является ключевым фактором процветания и справедливости в обществе. Методика мягкой силы продолжит развиваться и использоваться как эффективный инструмент в борьбе с гендерным насилием и продвижении гендерного равенства в США.

«С окончанием «холодной войны» и закрытием Информационного агентства США (USIA) в 1999 г. американское правительство ослабило свои позиции по распространению публичной дипломатии и стало опираться на «пассивную» составляющую «мягкой силы»» [4].

Мягкая сила – это комплексные внешнеполитические методы и инструменты, позволяющие воздействовать на другие государства и достигать нужных результатов через сотрудничество и создание положительного образа влияющей стороны [2].

«Современные тенденции многополярного мира демонстрируют смещение акцентов использования «жестких» механизмов в сторону применения инструментов «мягкой силы». Выбор «мягкой» модели относительно «жесткой» говорит о том, что все больше стран хотят обладать именно «мягкой силой». Об этом свидетельствует количество стран-брендов» [5, с.296]. «В 1990 г. новую парадигму силы предложил американский политолог, профессор Гарвардского института Джозеф Най. В своей книге «Призвание к лидерству: меняющаяся природа американской мощи» Най занимался исследованием роли невоенных инструментов, способных оказывать давление в целях решения геополитических задач. Одним из таких инструментов является «мягкая сила», которая соотносится с военным и экономическим потенциалом» [5, с.297].

В связке с СМИ мягкая сила используется для формирования общественного мнения по определенным вопросам. «Сегодня все больше событий освещается средствами массовой информации, которые обеспечивают самый быстрый способ распространения информации по всему миру» [6, с.422]. СМИ в США являются одним из главных инструментов воздействия на социальные и политические процессы. Кроме того, СМИ способны распространить новости о политических и социальных движениях путем создания медиа-контента, которое поддерживает гендерное равенство. Способствуют формированию и утверждению принципов, направленных на гендерное равенство и другие социально-политические ценности [6, с.426].

Одним из примеров удачного использования мягкой силы в поддержке гендерного равенства в СМИ является видеоролик «Like A Girl» от компании Procter & Gamble в 2014 г. Лорен Гринфилд, создательница видео, сняла рекламу, потому что у нее возник один важный вопрос: «Когда делать что-то «как девчонка» стало оскорблением?». Целью видеоролика было изменить негативное восприятие выражения «Like a girl» («как девочка») и доказать, что девочки могут быть такими же сильными, умелыми и уверенными, как и мальчики. Видео было показано на Superbowl в 2014 г. и стала хитом в социальных сетях, получив множество наград за пропаганду гендерного равенства [8].

Еще одним примером является кампания «HeForShe» от ООН, которая была запущена в 2014 г. актрисой Эммой Уотсон. Целью кампании является вдохновить и призвать мужчин и мальчиков на борьбу с гендерными неравенствами. В рамках движения за борьбу с гендерным неравенством привлечение мужчин является только

инструментом, а не целью само по себе. Основной целью инициативы является изменение отношений между мужчинами и женщинами, преодоление патриархальных стереотипов и достижение партнерских, равноправных отношений. Кампания также вызвала многообещающие реакции в СМИ и получила громкую поддержку со стороны знаменитостей и общественных лидеров: бывший президент США Барак Обама, писатель Нил Гейман, актеры Питер Галлахер, Рассел Кроу и Форест Уитакер и многие другие знаменитости [7].

В борьбе с гендерным насилием в СМИ можно привести пример кампании «Me Too». Движение «Me Too» призывает женщин по всему миру рассказать о своем опыте сексуальных домогательств и насилия. Благодаря средствам массовой информации и социальным сетям эти страшные истории публикуются. В 2006 г. кампания была сосредоточена на поддержке меньшинств в бедных кварталах и цветных женщин, ставших жертвами насилия. В 2017 г. «Me Too» стал лозунгом протеста против сексуального насилия в Голливуде, и этот революционный призыв распространился на Соединенные Штаты и по всему миру. Движение «Me Too» основано на убеждениях и ценностях преступников и жертв, которые изменились [3].

Важным условием успеха в этой области будет активное участие разных социальных групп, включая женщин, мужчин и др. Только совместными усилиями всех социальных групп мы сможем продвинуться вперед к полному гендерному равенству в Соединенных Штатах и во всем мире.

Список использованных источников

1. Муслумова, Т. В. Феминизм: истоки, этапы развития и основные направления / Т. В. Муслумова // Вестник Шадринского государственного педагогического института. – 2015. – № 4(28). – С. 114-120. – EDN VLOOEP.

2. Научно-образовательный портал «Большая российская энциклопедия» [Электронный ресурс]. URL: <https://bigenc.ru/> (дата обращения 13.06.2023)

3. Пунина К. А., Фадеев Г. С. #МЕТОО как технология воздействия на политику [Электронный ресурс] // Вестник Удмуртского университета. Социология. Политология. Международные отношения. – 2021. – №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metoo-kak-tehnologiya-vozdeystviya-na-politiku> (дата обращения 13.06.2023)

4. Тимошенко И. И., Федорова Т. В. Стратегия «мягкой силы» в политике Азиатско–Тихоокеанского региона на современном этапе // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. – Т. 37. – С. 156–159. URL: <http://e-koncept.ru/2017/771261.htm>

5. Тимошенко И. И., Федорова Т.В. Реализация "мягкой силы" КНР в рамках китайско-пакистанского сотрудничества / И. И. Тимошенко, Т. В. Федорова // Готлибовские чтения: Азиатско-Тихоокеанский регион в контексте глобального развития: Материалы Международной научно-практической конференции, Иркутск, 18–20 октября 2017 г. – Иркутск: Иркутский государственный университет, 2017. – С. 296-301. – EDN NRNEEX.

6. Федорова Т. В., Степанов А.В. Средства массовой информации как актор «мягкой силы» США в XXI в / Т. В. Федорова, А. В. Степанов // VI Готлибовские чтения: Востоковедение и регионоведение Азиатско-Тихоокеанского региона: Материалы Международной научно-практической конференции, Иркутск, 06–08 декабря 2022 г./Отв. редактор Е.Ф. Серебренникова. – Иркутск: Иркутский государственный университет, 2023. – С. 421-427. – EDN BTAOGS.

7. Чернышёва Е. Движение HeForShe: как мужчины и компании объединяются, чтобы бороться с патриархатом [Электронный ресурс]. URL: <https://www.forbes.ru/forbes-woman/490050-dvizenie-heforshe-kak-muzciny-i-kompanii-ob-edinautsa-ctoby-borot-sa-s-patriarhatom> (дата обращения 13.06.2023).

8. Barnes Z. We Take It Back—THIS Is Our Favorite Super Bowl Commercial [Electronic resource]. URL: <https://www.self.com/story/pg-like-girl-super-bowl-commercial> (accessed 13.06.2023).