

HIND OMMAVIY AXBOROT VOSITALARIDA GENDER STEREOTIPLARINING TIL ORQALI IFODALANISHI



<https://doi.org/10.24412/2181-1784-2026-20-606-610>

Nazrullayeva Gulnoza Karimbek qizi

*Toshkent davlat sharqshunoslik universiteti, Sharq xalqlari
tillari va adabiyoti instituti, Tarjimashunoslik, tilshunoslik va
xalqaro jurnalistika oliy maktabi katta o'qituvchisi, filologiya
fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD).*

Annotatsiya: Bugungi globallashuv sharoitida gender tenglik jamiyat taraqqiyotining muhim mezon sifatida e'tirof etilmoqda. Gender masalasi nafaqat huquqiy yoki ijtimoiy jihatdan, balki madaniy va kommunikativ jarayonlar orqali ham shakllanadi. Shu jihatdan ommaviy axborot vositalari katta rol o'ynaydi, chunki ular orqali jamiyat a'zolarining dunyoqarashi, qadriyatlari va xulq-atvori shakllanadi. Hind ommaviy axborot vositalarida — filmlar, seriallar va reklamalarda — erkak va ayol obrazlari til orqali tasvirlanadi va bu gender stereotiplarining mustahkamlanishiga yoki yumshatilishiga ta'sir qiladi. Mazkur maqolada hindiy tilida ishlatiladigan leksik, grammatik va stilistik vositalar yordamida gender stereotiplari tahlil qilinadi, shuningdek, zamonaviy hind OAVda gender tenglik g'oyalarining aks etishi va ularning jamiyat ongiga ta'siri ko'rib chiqiladi. Natijalar media va ta'lim jarayonida gender tenglikni targ'ib qilishda amaliy ahamiyatga ega.

Kalit so'zlar: gender tenglik, gender stereotiplari, hind ommaviy axborot vositalari, seriallar, filmlar, reklama, til tahlili.

Annotatsion: In the context of globalization, gender equality is recognized as a key indicator of societal development. Gender issues are shaped not only legally or socially but also through cultural and communicative processes. Mass media plays a crucial role in this, as it influences people's worldview, values, and behavior. In Indian media — films, TV series, and advertisements — male and female characters are portrayed through language, which can reinforce or challenge gender stereotypes. This article analyzes how lexical, grammatical, and stylistic features of Hindi shape gender representations, and explores how contemporary Indian media reflects gender equality ideas and their impact on public consciousness. The results are significant for promoting gender equality through media and for selecting and analyzing media materials in educational contexts.

Key words: gender equality, gender stereotypes, Indian mass media, TV series, films, advertisements, linguistic analysis

Аннотация: В условиях глобализации гендерное равенство признается одним из ключевых показателей развития общества. Гендерные вопросы формируются не только с юридической или социальной точки зрения, но и через культурные и коммуникативные процессы. Средства массовой информации играют важную роль, так как они влияют на мировоззрение, ценности и поведение людей. В индийских СМИ — фильмах, телесериалах и рекламе — мужские и женские образы передаются через язык, что может как укреплять, так и разрушать гендерные стереотипы. В статье анализируется, как лексические, грамматические и стилистические особенности хинди формируют гендерные представления, а также рассматривается отражение идей гендерного равенства в современном индийском медиа и их влияние на общественное сознание.

Результаты имеют практическое значение для продвижения гендерного равенства через СМИ и при выборе и анализе медиа-материалов в образовательных целях.

Ключевые слова: *гендерное равенство, гендерные стереотипы, индийские средства массовой информации, телесериалы, фильмы, реклама, лингвистический анализ*

KIRISH

Gender stereotiplari — jamiyatda erkak va ayolga nisbatan shakllangan barqaror tasavvurlar majmuidir. Til ushbu stereotiplarni ifodalash, mustahkamlash yoki oʻzgartirish vositasi boʻlib xizmat qiladi. Masalan, hindiy tilida erkaklarga nisbatan “मजबूत” (kuchli), “सफल” (muvaaffaqiyatli) sifatlari, ayollarga esa “कोमल” (muloyim), “भावुक” (hissiy) sifatlari koʻp ishlatiladi.

Mavzuning dolzarbligi: Bugungi globallashuv davrida gender tenglik masalasi nafaqat huquqiy va ijtimoiy, balki madaniy va kommunikativ jihatdan ham jamiyat taraqqiyotining muhim mezon sifatida eʼtirof etilmoqda. Ommaviy axborot vositalari — filmlar, seriallar, reklama va telekoʻrsatuvlar — jamiyat aʼzolarining dunyoqarashi, qadriyatlarini va xulq-atvorini shakllantirishda katta rol oʻynaydi [1, 12]. Shu sababli Hind OAVda erkak va ayol obrazlarining til orqali ifodalanishi va gender stereotiplari mavjudligi masalasi dolzarb hisoblanadi, chunki ular jamiyatda gender munosabatlarini normativlashtirish yoki yangicha qarashlarni targʻib qilish imkoniyatiga ega.

Tadqiqotning obyekti: Hind ommaviy axborot vositalarida gender stereotiplari va ularning jamiyat ongiga taʼsiri.

Tadqiqotning predmeti: Hind OAVdagi erkak va ayol qahramonlar obrazlarining til orqali ifodalanishi va bu orqali gender stereotiplari shakllanishi.

Maqsad va vazifalari: Hind ommaviy axborot vositalarida gender stereotiplarining til orqali qanday ifodalanishini tahlil qilish va zamonaviy media mahsulotlarida gender tenglik gʻoyalarining aks etishini aniqlash. Vazifasi etib quyidagilarni oʻrgandik: - Hind filmlari, seriallari va reklamalardagi erkak va ayol obrazlarini til jihatidan tahlil qilish; - Leksik, grammatik va stilistik vositalar yordamida gender stereotiplari shakllanishini aniqlash; - Zamonaviy Hind OAVda gender tenglik gʻoyalarining ifodalanishi va ularning jamiyat ongiga taʼsirini oʻrganish; - Tadqiqot natijalarini media va taʼlim jarayonida gender tenglikni targʻib qilishda amaliy jihatlarni aniqlash.

Gender stereotiplari, xususan, erkaklar va ayollar oʻrtasidagi anʼanaviy rollarga nisbatan ijtimoiy kutishlardir. Masalan, ayollarni koʻproq gʻamxoʻr va oilaviy rolni bajaruvchi, erkaklarni esa kuchli va rahbarlik lavozimlarida tasavvur qilish stereotipi keng tarqalgan [2, 647-653].

Hind ommaviy axborot vositalarida gender stereotiplarining ifodalanishi hind filmlari va seriallarida erkak obrazi koʻpincha faol feʼllar va buyruq shakllari orqali ifodalanadi: “मैं फैसला करूंगा”, “तुम्हें ऐसा करना होगा”. Ayollar nutqida esa iltimos va muloyimlik ifodalari ustun: “कृपया”, “अगर आप चाहें”. Reklamalarda ayollar koʻpincha uy bekasi sifatida tasvirlanib, “अच्छी गृहिणी” kabi iboralar

ishlatiladi. So‘nggi yillarda esa “स्वतंत्र महिला” (mustaqil ayol) kabi yangi obrazlar paydo bo‘lmoqda.

Hind ommaviy axborot vositalari, xususan televizion seriallar, mamlakatdagi ijtimoiy va madaniy qadriyatlarni aks ettiradi. Ularning tarkibida ayol va erkak qahramonlar obrazlari ko‘pincha gender stereotiplari orqali ifodalanadi. Vaqt o‘tishi bilan bu stereotiplar sezilarli darajada o‘zgardi.

1. Avvalgi seriallardagi gender stereotiplari: 1990-yillardan 2000-yillarning boshigacha bo‘lgan davrda Hind seriallarida gender rollari an‘anaviy va qat‘iy bo‘lgan. Ayol qahramonlar uyga bag‘ishlangan, itoatkor va oilaviy majburiyatlarini mukammal bajaruvchi sifatida tasvirlangan. Ularning nutqi yumshoq va muloyim bo‘lib, ko‘pincha o‘zini cheklaydigan iboralar bilan ifodalanadi, masalan: “Apke liye main sab kuchh karungi” (“Siz uchun hamma narsani qilaman”).

Erkak qahramonlar esa qaror qabul qiluvchi, kuchli va himoya qiluvchi sifatida ko‘rsatilgan. Ularning nutqi qat‘iy va dominant bo‘lib, rasmiy iboralardan foydalaniladi: “Yeh mera faisla hai” (“Bu mening qarorim”).

Misol sifatida, Kabhi Khushi Kabhie Gham (2001) filmida ayol obrazlari ko‘pincha oilaga xizmat qiluvchi va muloyim nutq bilan tasvirlanadi, erkaklar esa qaror qabul qiluvchi va himoya qiluvchi sifatida chiqadi.

Juice (2017) – Qisqa metrajli filmida oshxonadagi vaziyatlar orqali ayol va erkak rollari an‘anaviy stereotipda ko‘rsatiladi. Erkaklar suhbatda, ayollar esa oshxonada qoladi. Bu misol orqali til orqali gender stereotiplari qanday mustahkamlanishini tahlil qilish mumkin [3].

My Choice (2015) - Vogue India qisqa filmi patriarxal stereotiplarni tanqid qiladi va ayollarning shaxsiy tanlov erkinligini targ‘ib qiladi. Bu reklama va film matnlarida ishlatilgan iboralar orqali til orqali gender tengligini qanday ifodalash mumkinligini ko‘rsatadi [4].

Natkhat (2020) - Ona o‘g‘lini gender tengligi haqida o‘rgatadi, patriarxal stereotiplar til orqali qanday berilishini ochib beradi [5].

Bollywood filmlaridan misollar, Pink (2016) - Ayblashni tanqid qiluvchi film. “Yo‘q — yo‘qdir” tamoyili orqali ayol obrazini himoya qiladi [6].

Dangal (2016) - Ayollar sportda erkaklardan kam emasligini ko‘rsatadi, gender stereotiplarni sindiradi.

English Vinglish (2012) - Til va gender stereotiplariga qarshi turadi; uy bekasi o‘z qadrini til orqali topadi.

Ki & Ka (2016) - Ayol kareraga e‘tibor qaratadi, erkak uy ishlarini bajaradi; an‘anaviy rollarni qayta ko‘rib chiqadi.

Zamonaviy seriallardagi gender stereotiplari: 2015-yildan hozirgi kungacha bo‘lgan davrda hind seriallarida gender stereotiplari yumshatilgan va ayol hamda erkak roli ko‘proq tenglashtirilgan. Ayol qahramonlar mustaqil, ishbilarmon, ta‘limli va shaxsiy martabasiga ega sifatida tasvirlanadi. Ular oilaviy majburiyatlarni bajarish bilan bir qatorda o‘z orzularini amalga oshiradi. Nutq jihatidan ular qat‘iyatli va o‘z fikrini ochiq ifoda qiladigan bo‘lgan.

Erkak qahramonlar esa ko‘proq hissiyotli, oilaviy masalalarda faol ishtirok etuvchi va yordamchi sifatida ko‘rsatiladi. Nutqlari yumshoqroq bo‘lib, ayol bilan teng va tushunadigan ohangda ifodalanadi.

Misol sifatida Yeh Rishta Kya Kehlata Hai va Anupamaa seriallarida ayol qahramonlar ishbilarmon va mustaqil bo‘lsa, erkaklar oilada faol va hissiyotli hamkor sifatida tasvirlangan.

Yeh Rishta Kya Kehlata Hai: Bu Hindistonning eng uzoq davom etayotgan seriallaridan biri bo‘lib, romantik oilaviy drama janrida. Serial 2009-yil 12-yanvarda efirga uzatilgan va hozirgi kungacha davom etmoqda. Serialda birinchi navbatda an‘anaviy joylashtirilgan nikoh orqali bir-birini anglash jarayoni tasvirlanadi, keyinchalik turli avlod voqealari orqali oilaviy munosabatlar, farzand tarbiyasi, sevgi va qaror qabul qilish masalalari ko‘tariladi. Serialda vaqt o‘tishi bilan ayol qahramonlar mustaqilligi va shaxsiy yo‘nalishlari kuchayib borayotgani kuzatiladi – bu esa gender stereotiplari yumshashiga misol bo‘lishi mumkin [7]. Misol uchun, Akshara (qahramon ayol) nutqi:

“Agar bare ho kar larkiyon ko bhi hasna mana hi hojaye tou mujhe nahi hona bara [8].”

(Agar kattalar bo‘lish bilan hatto qizlarga ham kulishni man qilishsa — men bo‘lmayman.)

Bu ibora serialning ilk davrlarida uchragan iboralardan biri bo‘lib, ayol qahramonning mustaqillik, his-tuyg‘ular va o‘z holiga egalik qilish istagini tilga oladi, an‘anaviy stereotip — ayolning cheklangan rolini qayta ko‘rib chiqishga chaqiradi. Bu dialog ijtimoiy tarmoqlarda muxlislar tomonidan «favorite dialogue» sifatida eslab o‘tilgan, serial mazmunidan ko‘rinib turibdiki, Naira yoki Akshara kabi ayol qahramonlar o‘z fikrini ochiq aytish orqali tomoshabinlarda gender stereotiplariga qarshi qarashlarni uyg‘otadi.

Anupamaa seriali 2020-yil 13-iyulda efirga uzatilgan bo‘lib, ayol qahramon — Anupama Shahning shaxsiy o‘sishi, qaror qabul qilishi, oila va jamiyat oldidagi majburiyatlarni muvozanatlash jarayoni atrofida rivojlanadi. Serial bosh qahramonning o‘zini anglash va mustaqil bo‘lish yo‘lini yoritadi, bu esa gender stereotiplarini yangicha yondashuv bilan ko‘rsatadi. Ayol obrazining nutqi, harakatlari va qarorlari serial davomida an‘anaviy roldan chiqib, shaxsiy mustaqillikka yo‘naltirilgan [9]. Misol uchun, serialda Anupama boshqa ayol qahramonga shuni aytadi:

“Aurat ko sab balance karke chalna chahiye [10].”

“Ayol hamma narsani muvozanatlab borishi kerak.”

Bu ibora tomoshabinning e‘tiborini jalb qilgan; ko‘plab tomoshabinlar bu fikrni gender stereotipi sifatida qoralagan (ayolning barcha vazifalarni o‘z zimmasiga olishi zarurati) va unda ilgari surilgan “ayol — uy va oilaning boshqaruvchisi” normasi qayta mustahkamlangan deb baholagan.

Xulosa: Hind seriallarida gender stereotiplari vaqt o‘tishi bilan sezilarli darajada o‘zgardi. Hind ommaviy axborot vositalarida, xususan seriallar va filmlarda, gender stereotiplari til va obrazlar orqali kuchli ifodalanadi. Avvalgi

seriallarda ayol qahramonlar ko‘pincha uyga bag‘ishlangan, itoatkor va oilaviy majburiyatlarni bajaruvchi sifatida tasvirlangan bo‘lsa, erkaklar qaror qabul qiluvchi va himoya qiluvchi rolda chiqardi. Nutq va iboralar orqali bu stereotiplar mustahkamlangan: ayol yumshoq va muloyim, erkak qat’iy va dominant.

Hozirgi zamonaviy seriallarda ayol va erkak qahramonlarning rollari an’anaviy gender stereotiplaridan cheklanmagan holda, ko‘proq tenglik va mustaqillik asosida tasvirlanadi. Ayol qahramonlar o‘z fikrini ochiq ifodalaydi, mustaqil qaror qabul qiladi va shaxsiy martabasini rivojlantiradi. Erkak qahramonlar esa hissiyotli, yordamchi va oilaviy masalalarda faol ishtirok etuvchi sifatida tasvirlanadi. Shu tariqa, Hind seriallari gender stereotiplarini tasvirlash bilan birga ularni qayta ko‘rib chiqish va zamonaviy qadriyatlar bilan uyg‘unlashtirish vositasi sifatida xizmat qiladi. Bu jarayon til va dialoglar orqali amalga oshadi, natijada ayol va erkak obrazlari orasida tenglik va shaxsiy mustaqillik konseptlari yanada ravshanroq namoyon bo‘ladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI:

- [1] - Robin Tolmach Lakoff. Language and Woman’s place. Oxford university press, 2004. – P. 12. https://en.wikipedia.org/wiki/Robin_Lakoff#Language_and_Woman's_Place
- [2] - Jo‘rayeva I. OAV va gender tenglik: Axborot tarqatishda samarali yondashuvlar. “Journal of science-innovative research in Uzbekistan” jurnali. – B. 647-653. <https://universalpublishings.com/index.php/jsiru/article/view/11446>
- [3] - https://en.wikipedia.org/wiki/Juice_%282017_film%29?utm_source=chatgpt.com
- [4] - https://en.wikipedia.org/wiki/My_Choice_%28film%29?utm_source=chatgpt.com
- [5] - https://en.wikipedia.org/wiki/Natkhat?utm_source=chatgpt.com
- [6] - https://www.filmfare.com/news/bollywood/10-bollywood-films-that-tackled-stereotypes-79658.html?utm_source=chatgpt.com
- [7] - https://en.wikipedia.org/wiki/Yeh_Rishta_Kya_Kehlata_Hai
- [8] - <https://www.indiaforums.com/forum/yeh-rishta-kya-kehlata-hai/4036098/favorite-dialogue-of-yrkkh>
- [9] - <https://en.wikipedia.org/wiki/Anupamaa>
- [10] - <https://www.serialgossip.com/news-77284->