
МЕДИЙНЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ

MEDIA STRATEGIES AND TACTICS

УДК 008(567)316.346.2 316.472.4

ВЛИЯНИЕ КУЛЬТУРЫ ИРАКСКОГО ОБЩЕСТВА НА СОЦИАЛЬНУЮ КОММУНИКАЦИЮ, ПОЛОЖЕНИЕ, ПРАВА И СВОБОДЫ ЖЕНЩИН

ОТМАН МОХАММЕД МАРЗУГ¹⁾

¹⁾Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь

Исследуется влияние специфических характеристик культуры иракского общества на социальную коммуникацию, положение, права и свободы женщин. Анализируются ответы респондентов (с точки зрения их гендерной принадлежности, возраста и уровня образования) на вопросы об их отношении к публикациям девушек в социальных сетях.

Ключевые слова: культура; теории коммуникации; гендерные проблемы; социальные сети; аккаунт; пользователи.

THE IMPACT OF IRAQI SOCIETY'S CULTURE ON WOMEN'S SOCIAL COMMUNICATION, STATUS, RIGHTS AND LIBERTIES

OTHMAN MOHAMMED MARZOOG^a

^aBelarusian State University, 4 Niezaliežnasci Avenue, Minsk 220030, Belarus

The article presents the results of a study on the influence of specific characteristics of Iraqi society's culture on women's social communication, status, rights and liberties. The publication analyses respondents' answers in terms of gender, age and education to questions about women's attitudes towards social media posts.

Keywords: culture; communication theories; gender issues; social media; account; users.

Образец цитирования:

Отман Мохаммед Марзуг. Влияние культуры иракского общества на социальную коммуникацию, положение, права и свободы женщин. *Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика*. 2022;2:17–21.

For citation:

Othman Mohammed Marzoog. The impact of Iraqi society's culture on women's social communication, status, rights and liberties. *Journal of the Belarusian State University. Journalism*. 2022;2:17–21. Russian.

Автор:

Отман Мохаммед Марзуг – аспирант кафедры медиологии факультета журналистики. Научный руководитель – кандидат филологических наук, доцент Д. Н. Дроздов.

Author:

Othman Mohammed Marzoog, postgraduate student at the department of medialogy, faculty of journalism. atman.am75@gmail.com



Информационные технологии и социальные коммуникации легли в основу просвещения и культурного развития людей, свели к минимуму культурную, когнитивную и географическую изоляцию обществ и народов друг от друга.

Важная особенность развития культуры иракского общества – влияние на нее новых форм коммуникации и чрезмерно насыщенной информационной среды, которое приводит к трансформации культуры: меняются старые обычаи, появляются новые традиции и формы культурной трансляции.

Пожалуй, одним из старейших и наиболее распространенных определений понятия «культура» является дефиниция Э. Б. Тайлора. В 1871 г. ученый указал, что культура представляет собой совокупность знаний, верований, искусства, нравственности, законов, обычаев и некоторых других способностей и привычек, усвоенных человеком как членом общества [1].

К. Леви-Стросс утверждал, что каждая культура выступает в качестве набора символических систем, в основе которых лежат язык, брачные правила, экономические отношения, искусство, наука и религия. Все эти системы стремятся выразить тот или иной аспект природной или социальной реальности [2].

Социальные сети – это важнейшая форма существования интерактивных средств массовой информации, благодаря которым миллионы пользователей объединяются в группы по интересам. В социальных сетях нормы общения с людьми и публикации материалов не подчиняются фильтрам цензуры. Отсутствие мер по регулированию медиа привело к тому, что пользователи конфликтуют по вопросам мировоззрения, религиозной и клановой принадлежности, а также по поводу положения женщин в обществе и отношения других социальных групп к ним.

Интерактивные СМИ и социальные сети, как ключевые институты влияния на политическую, социальную и культурную жизнь пользователей [3], представляют собой важнейший канал взаимодействия людей и быстрого и эффективного распространения информации [4].

Традиционные медиа больше не являются единственным источником получения новостей о различных событиях в стране и мире [5]. Так, на официальных и неофициальных страницах в социальных сетях политические, религиозные, спортивные и культурные деятели делятся точками зрения по различным темам и вопросам. Часто такие мнения и комментарии становятся причинами конфликтных ситуаций [6].

Ирак не изолирован от этой технологической революции в сфере коммуникации. Государство, с одной стороны, активно пользуется ее возможностями, а с другой стороны, борется с ее недостатками. Цель настоящей статьи – изучение влияния специфических характеристик культуры иракского об-

щества на социальную коммуникацию, положение, права и свободы женщин в Ираке. Анализируется воздействие социальных сетей на отношение иракцев к этой проблеме. Методологическую базу исследования составляют труды арабских и российских специалистов в области массовых коммуникаций и результаты опроса, который проводился в Багдаде. В анкетировании участвовали 752 респондента (мужчины и женщины в возрасте от 15 до 60 лет со средним и высшим образованием).

К 1980-м гг. иракские женщины добились некоторых свобод, например получили возможность работать в сфере образования и здравоохранения. В этот период принимались нормативные документы, обеспечивающие справедливые права для женщин, в том числе право на равенство с мужчинами перед законом. Однако многие из этих достижений были сведены на нет в результате потрясений, которые население Ирака переживало в течение последних сорока лет, особенно после американского вторжения в страну и прихода к власти политических исламских партий, придерживающихся традиционной идеологии.

Проблема положения женщин в иракском обществе вызывает споры между сторонниками традиционной религиозно-клановой идеологии и прогрессивными мыслителями, защищающими права человека в целом и права женщин в частности и уважающими достоинство человека независимо от его пола, расы или религии.

В этом контексте стоит обратить внимание на традицию раннего брака – на один из многочисленных примеров культурных явлений, иллюстрирующих угнетенное положение женщин в Ираке. В соответствии с этой традицией родители, родственники или опекуны девушки заставляют или убеждают ее выйти замуж до того, как она достигнет совершеннолетия (18 лет). Часто возраст девушек на момент вступления в брак не превышает 10 лет, однако они ни физически, ни психологически не готовы к новой жизни и брачным обязательствам. Данное явление обычно встречается среди необразованных или малообразованных семей и пользуется покровительством религиозно-клановых элит. Например, духовенство часто ссылается на то, что на момент вступления в брак второй жене пророка Мохаммеда было 9 лет.

Существование традиции раннего брака – одна из причин, по которым женщины сталкиваются с психологическим, физическим и сексуальным насилием в семье и насилием в социуме. В частности, в Ираке девушки нередко подвергаются словесным оскорблениям, сексуальным домогательствам в общественных местах (работа, улица, рынок, парк, транспорт и т. д.). Многих женщин шантажируют начальники или коллеги, которые за несогласие вступить с ними в половой контакт или за сопротивление непристойным действиям угрожают

увольнением или дополнительной нагрузкой. Стоит отметить, что женщин часто обвиняют в совершенном над ними насилии (например, стыдят за нескромную одежду).

Важнейшим фактором, формирующим такое отношение, является культура. Она способствует становлению личности человека в соответствии с определенным набором стандартов, ценностей, привычек и убеждений, развитию у него склонности к насилию, а также выделению социальных групп, на которых может быть направлена агрессия. В иракской культуре женщина считается неполноценной, а мужчина имеет право доминировать над ней и распоряжаться ее жизнью.

Социальные сети также воздействуют на мнения и взгляды людей. Многие социологи считают средства коммуникации одной из главных причин распространения насилия в иракском обществе.

Следует рассмотреть теории коммуникации, которые имеют непосредственное отношение к теме настоящего исследования. К ним относятся теория зависимости от СМИ и теория использования и удовлетворения.

Количество людей, находящихся под властью медиа, неуклонно растет, а их возраст с каждым годом уменьшается [7]. Теория зависимости от СМИ, которую разработали М. де Флёр и С. Болл-Рокеш, основывается на том, что медиа оказывают сильное или умеренное влияние на человека с учетом его предыдущего опыта и окружающих обстоятельств. Будучи частью социальной структуры общества, СМИ тесно связаны с отдельными индивидами, группами лиц и другими социальными институтами. Существует корреляция между тем, как человек использует медиа и средства коммуникации, и тем, как они влияют на него [8; 9].

М. де Флёр и С. Болл-Рокеш выделили типы воздействия, которому подвергаются люди в результате использования медиа. Когнитивное воздействие СМИ на человека проявляется в том, что под влиянием медиа у индивида формируются определенные взгляды, ценности и убеждения. Эмоциональное воздействие СМИ на человека заключается в том, что зависимому индивиду свойственны такие эмоции и состояния, как апатия, безразличие, страх, беспокойство, отчужденность и т. д. Поведенческое воздействие СМИ на человека состоит в культивировании у него определенного образа действий. Активной модели соответствует такое поведение, когда в результате влияния СМИ индивид выполняет действия, представляющие собой конечный продукт когнитивного и эмоционального воздействия, а пассивной модели – поведение, при котором человек становится инертным и избегает выполнения каких-либо действий [10].

Следовательно, социальные сети, являясь одной из форм коммуникации и основным источником получения информации о политической, экономической, религиозной и культурной жизни страны,

влияют на иракское общество и его традиции через формирование у населения медиазависимости путем когнитивного, эмоционального и поведенческого воздействия на них.

Кроме того, содержание социальной коммуникации определяется идеями и взглядами человека. Теория использования и удовлетворения направлена на изучение того, как потребители выбирают то или иное медиа для удовлетворения определенных потребностей, какие мотивы ими движут и какой эффект это имеет. Согласно данной теории аудитория использует информационный продукт для исполнения своих желаний: для получения информации, развлечения, социального взаимодействия или персональной идентификации [11; 12].

Автор настоящей статьи провел анкетирование иракских интернет-пользователей. Анкета является одним из самых эффективных средств сбора данных в рамках описательных исследований, а также подходящим инструментом социального опроса.

На вопрос: «Поддерживаете ли вы женщин, которые размещают свои реальные фото, имя и фамилию на их личных страницах в социальных сетях?» – респонденты ответили следующим образом: 41,5 % информантов поддерживают таких женщин всегда; 22,0 % информантов поддерживают их иногда; 9,0 % информантов поддерживают их редко, а 27,5 % информантов не поддерживают их никогда. Это говорит о том, что подавляющее большинство опрошенных стремятся ограничить свободу женщин в интернете.

Что касается пола респондентов, отвечавших на этот вопрос, то 37 % мужчин и 46 % женщин всегда поддерживают женщин, которые размещают реальные данные на своих страницах в социальных сетях; 23 % мужчин и 21 % женщин поддерживают их иногда; 10 % мужчин и 8 % женщин поддерживают их редко, а 30 % мужчин и 25 % женщин не поддерживают их никогда. Как видно, женщины, в отличие от мужчин, более заинтересованы в равноправии.

Если говорить о возрасте информантов, то 53 % опрошенных в возрасте от 15 до 30 лет и 27 % опрошенных старше 30 лет всегда поддерживают женщин, которые размещают реальные данные на своих страницах в социальных сетях; 21 % опрошенных в возрасте от 15 до 30 лет и 23 % опрошенных старше 30 лет поддерживают их иногда; 6 % опрошенных в возрасте от 15 до 30 лет и 12 % опрошенных старше 30 лет поддерживают их редко, а 20 % опрошенных в возрасте от 15 до 30 лет и 38 % опрошенных старше 30 лет не поддерживают их никогда. Таким образом, молодое поколение, в отличие от людей зрелого возраста, имеет более открытые взгляды на проблему положения женщин в иракском обществе.

Наконец, в зависимости от уровня образования информантов ответы на заданный вопрос распределились так: 43 % респондентов с высшим образованием и 36 % респондентов со средним образованием всегда поддерживают женщин, которые размещают

реальные данные на своих страницах в социальных сетях; 24 % респондентов с высшим образованием и 17 % респондентов со средним образованием поддерживают их иногда; 9 % респондентов с высшим образованием и 8 % респондентов со средним образованием поддерживают их редко, а 24 % респондентов с высшим образованием и 39 % респондентов со средним образованием не поддерживают их никогда. Это указывает на то, что иракцы, имеющие высшее образование, более склонны поддерживать свободу женщин, чем иракцы, имеющие среднее образование.

На вопрос: «Поддерживаете ли вы публикации женщин, подвергшихся домашнему насилию или публичному унижению, в которых они просят общество о поддержке, помощи?» – респонденты ответили следующим образом: 53,5 % информантов поддерживают этих женщин; 36,5 % информантов не обращают внимания на подобные публикации, а 10,0 % информантов осуждают такое поведение женщин и считают, что те сами виноваты в случившемся.

Можно сказать, что 36,5 % опрошенных, которые не обращают внимания на подобные публикации, на самом деле считают нормой такое отношение к женщине, потому что в исламе мужчина (муж, брат, отец) имеет право «воспитывать» ее (бить, оскорблять, унижать). Ислам, как учение, способствовал укреплению этой позиции в обществе, поскольку согласно этой религии мужчина превосходит женщину. В Коране говорится о том, что мужчины являются попечителями женщин, потому что Аллах дал одним из них преимущество перед другими (4:34).

Что касается пола респондентов, отвечавших на этот вопрос, то 48 % мужчин и 59 % женщин поддерживают женщин, которые сообщают о совершенном над ними насилии в социальных сетях, тогда как 41 % мужчин и 32 % женщин не обращают внимания на такие публикации. Причина такого результата в том, что поведение мужчины оправдывается общественным мнением, а женщинам подобные ситуации близки, и они разделяют боль насилия с его жертвами.

Если говорить о возрасте информантов, то 58 % опрошенных в возрасте от 15 до 30 лет и 46 % опро-

шенных старше 30 лет поддерживают публикации женщин о пережитом насилии, 34 % опрошенных в возрасте от 15 до 30 лет и 42 % респондентов старше 30 лет не обращают внимания на них, а 8 % опрошенных в возрасте от 15 до 30 лет и 12 % опрошенных старше 30 лет считают, что женщина виновата сама. Все это показывает, что в отличие от иракцев зрелого возраста молодые люди больше сочувствуют проблеме положения женщины в обществе благодаря влиянию на них социальных сетей.

Насилие в целом (и насилие в отношении женщин в частности) – это социальное явление, которое люди усваивают через систему образования. В Ираке часто игнорируют насильственное поведение, а во многих случаях даже поощряют его, особенно когда речь идет о женщинах [13].

Наконец, с точки зрения уровня образования информантов ответы распределились так: 57 % респондентов с высшим образованием и 47 % респондентов со средним образованием поддерживают публикации женщин о пережитом насилии, 34 % респондентов с высшим образованием и 42 % респондентов со средним образованием не обращают внимания на них, а 9 % респондентов с высшим образованием и 11 % респондентов со средним образованием осуждают подобное поведение. Это говорит о том, что уровень образования респондентов влияет на их оценку положения женщины в иракском обществе и отношение к идеям равноправия.

Таким образом, в современном мире женщины самостоятельно решают, размещать ли им свои реальные фото, имя и фамилию на их личных страницах в социальных сетях, а в иракском обществе большинство людей (59 % респондентов) в той или иной степени не приемлют такое поведение. Значительное количество опрошенных (48 %) при столкновении с публикациями женщин, которые подверглись домашнему насилию или публичному оскорблению, осуждают их и считают, что причиной случившегося является их неправильное поведение. Результаты исследования показывают, что женщины, иракцы в возрасте от 15 до 30 лет и иракцы, имеющие высшее образование, активно защищают права и свободы женщин в обществе.

Библиографические ссылки

1. абу-Джаду Салех Мохаммед Али. *Психология социализации*. Иордания: Дар аль-Масирах; 1998. 350 с. (на араб.).
2. Кох Д. *Понятие культуры в социальных науках*. аль-Саадани Мунира, переводчик. Ливан: Арабская организация перевода; 2017. 236 с. (на араб.).
3. аль-Шехри Ханан. *Влияние использования электронных коммуникационных сетей на социальные отношения: полевое исследование на выборке студентов*. Джидда: Университет Абдула Азиза; 2013. 96 с. (на араб.).
4. Филь МС. *Социальные сети. Новые технологии управления миром*. Москва: Университет «Синергия»; 2016. 188 с.
5. Фомичева ИД. *Социология СМИ*. Москва: Аспект Пресс; 2007. 335 с.
6. Афифи Алаеддин Мохаммед. *СМИ и глобальные социальные сети*. Александрия: Дар аль-Талим аль-Джами Пресс; 2015. 411 с. (на араб.).
7. аль-Мейман Ахмед бин-Джамиль. *Использование институтов безопасности для новых средств массовой информации и социальной коммуникации в области осведомленности о безопасности в Королевстве Саудовская Аравия*. Эр-Рияд: Эр-Риядский университет наук о безопасности имени Наифа; 2015. 317 с. (на араб.).

8. аль-Саади Муайяд, Джассем Нассиф. *Коммуникативная функция веб-сайтов в среде студентов Багдадского университета. Facebook как модель*. Багдад: Дом Аль-Фараби; 2012. 267 с. (на араб.).
9. Шафик Хасанейн. *Теории медиа и их приложения в исследованиях новых медиа и социальных медиа*. Каир: Дар Фикр ва Фанн; 2014. 281 с. (на араб.).
10. Маккави Хассан, аль-Сайед Лейла. *Коммуникация и ее современные теории*. Каир: Египетско-ливанский издательский дом; 1998. 424 с. (на араб.).
11. аль-Абед Атеф. *Введение в теорию коммуникации и общественного мнения*. Каир: Дар аль-Фикр аль-Араби; 1997. 319 с. (на араб.).
12. аль-Машакбех Бассам. *Теории СМИ*. Амман: Дом распространения и публикации Осамы; 2011. 217 с. (на араб.).
13. аль-Джабер Амина. *Феномен развода в катарском обществе и его трактовка в свете исламского законодательства. Исследование Персидского залива и Аравийского полуострова*. Кувейт: Совет по научным публикациям; 1996. 203 с. (на араб.).

References

1. abu-Jadu Saleh Mohammed Ali. *The psychology of socialisation*. Jordan: Dar al-Masirah; 1998. 350 p. Arabic.
2. Koch D. *The concept of culture in the social sciences*. al-Saadani Munira, translator. Lebanon: The Arab Organisation for Translation; 2017. 236 p. Arabic.
3. al-Shehri Hanan. *The effect of using electronic communication networks on social relations: a field study on a sample of female students*. Jeddah: Abdul Aziz University; 2013. 96 p. Arabic.
4. Fil' MS. *Sotsial'nye seti. Novye tekhnologii upravleniya mirom* [Social networks. New technologies of controlling the world]. Moscow: Universitet «Sinergiya»; 2016. 188 p. Russian.
5. Fomicheva ID. *Sotsiologiya SMI* [Sociology of mass media]. Moscow: Aspekt Press; 2007. 335 p. Russian.
6. Affi Alaeddin Mohammed. *Media and global social networks*. Alexandria: Dar al-Taleem al-Jamee Press; 2015. 411 p. Arabic.
7. al-Mayman Ahmed bin-Jameel. *The employment of security institutions for new media and social communication in the fields of security awareness in the Kingdom of Saudi Arabia*. Riyadh: Naif University for Security Sciences Riyadh; 2015. 317 p. Arabic.
8. al-Saadi Muayyad, Jassem Nassif. *The communicative function of websites among Baghdad University students. Facebook as a model*. Baghdad: Al-Farabi House; 2012. 267 p. Arabic.
9. Shafiq Hassanein. *Media theories and their applications in new media studies and social media*. Cairo: Dar Fikr wa Fann for Printing and Publishing; 2014. 281 p. Arabic.
10. Makkawi Hassan, al-Sayed Laila. *Communication and its contemporary theories*. Cairo: The Egyptian Lebanese House for Publishing; 1998. 424 p. Arabic.
11. al-Abed Atef. *Introduction to communication and public opinion*. Cairo: Dar al-Fikr al-Arabi; 1997. 319 p. Arabic.
12. al-Mashaqbeh Bassam. *Media theories*. Amman: Osama House for Distribution and Publishing; 2011. 217 p. Arabic.
13. al-Jaber Amina. *The phenomenon of divorce in Qatari society and its treatment in the light of Islamic legislation, Gulf and Arabian Peninsula studies*. Kuwait: Scientific Publication Council; 1996. 203 p. Arabic.

Статья поступила в редколлегию 13.05.2022.
Received by editorial board 13.05.2022.