

ВЛИЯНИЕ СПУТНИКОВОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ НА ТРАНСФОРМАЦИЮ ИРАНСКОЙ СЕМЬИ

Хадем Лейла Максус Хоссейни

*Аспирант, Московский государственный институт
международных отношений (Университет) МИД России
kafpp@inno.mgimo.ru*

THE IMPACT OF SATELLITE TV ON CHANGES IN IRANIAN FAMILY

Khadem Leyla Makhsus Hosseiny

Summary. The paper aims at demonstrating transformations in the structure and life style of the Iranian family at the time of transition from traditional to modern form under the influence of communication media. Unlike similar researches that concentrate only on the impact of the media, it also establishes a mutual interaction of female agents and family structure applying structuration theory of A. Giddens. Their dialectical relationship is presented, exploring the rules and resources of both traditional and modern structures. Female agents' practices are practically studied in their lifestyles. Women reflect and modify their actions once the structure provides them resources like communicative media. The change in their actions is evident in their new lifestyle. Changes in the agents' actions regenerates a family structure that challenges gender roles and establishes cohabitations, a declining birth rate, increased number of divorce and employed women.

Ключевые слова: structure, agent, satellite television, Iranian woman, resources, traditions, gender.

Аннотация. Целью статьи является демонстрация трансформаций в структуре и образе жизни иранской семьи при переходе от традиционной к современной форме под влиянием средств массовой коммуникации. В отличие от аналогичных исследований, акцентирующих только воздействие СМК, в настоящей работе, в рамках теории структуризации Э. Гидденса, устанавливается взаимосвязь между женщинами как агентами структуры и семейной структурой с исследованием правил и ресурсов современных структур и их трансформации под влиянием СМК. Практически изучаются действия агентов в рамках их образа жизни. Результаты исследования показывают, что когда структура предоставляет женщинам ресурсы в виде СМК, они изменяют свои действия, что ведет к новому стилю жизни. Изменения в действиях агентов генерируют структуру семьи, которая изменяет традиционные гендерные правила и влечет за собой рост внебрачных связей, снижение рождаемости, увеличение числа разводов и работающих женщин.

Ключевые слова: структура, агент, спутниковое телевидение, иранская женщина, ресурсы, традиции, гендер.

Введение

Данная статья посвящена изучению трансформации иранской семьи в современном обществе. Актуальность вопроса связана с насущностью проблемы отхода иранской семьи от своих традиций. Новизна исследования заключается в том, что оно не только раскрывает особенности современной иранской семьи, но также демонстрирует процесс трансформации семьи и влияние на нее средств массовой коммуникации, в первую очередь, спутникового телевидения. Хотя влияние телевидения на иранские семьи было предметом многих исследований, в настоящей работе рассматривается связь между женщинами как агентами семейной структуры и самой структурой через воздействие спутникового телевидения. Средства массовой коммуникации (СМК) рассматриваются в качестве материального ресурса семейной структуры, которая формирует агента. Агенты рассматриваются как осведомленные субъекты, влияющие на действия и трансформирующие их, а их действия, в свою очередь, влияют на трансформацию структуры. Традиционную семью характеризуют правила гендерных стереотипов и признание материнства под властью патриархата, а действия агентов соответствуют правилам и ресурсам структуры.

Агенты в современной семье, которые активно пользуются информационными средствами, не ценят религиозные нормы и священные идеалы преданности семье. Эти агенты, унижающие идеал материнства, стремятся добиться социального успеха.

Структура современной семьи: правила и ресурсы

В структуре современной семьи агенты подвержены влиянию СМК, таких как интернет и спутниковое телевидение, которые предоставляют агентам этой структуры неограниченную информацию. Женщины как осведомленные человеческие субъекты могут пересматривать нормы и ценности структуры с целью их изменения. Следовательно, рефлексивные агенты генерируют новую семейную структуру. По мнению Э. Гидденса, «рефлексивность современной социальной жизни заключается в том, что социальные практики постоянно проверяются и реформируются в контексте поступающей информации об этих самых практиках, таким образом постоянно изменяя их характер» [Giddens, 1990, 38]. В статье рассматривается рефлексивность иранских женщин и их семейной структуры в отношении информации, которую они получают из телевизионных передач спутниковых каналов.

Женские агенты изменяют правила структуры исходя из информации, которую они получают из СМК. Доминирующими правилами в традиционной структуре являются правила гендерных различий. Знать правила для агентов означает быть осведомленными и принимать меры. Иранские женщины контекстуально наполнены молчаливыми знаниями о правилах гендерных различий, которые практикуются в рамках традиционной семейной структуры. Сегодня женщины, благодаря информационным ресурсам, узнают и воспроизводят культуру, которая ценит независимых женщин, свободных от правил, предписываемых гендерными стереотипами.

В сериалах, транслируемых на спутниковых каналах, подрываются идеалы и характерные особенности женственности. Изображаемые в них женщины более не являются зависимыми и покорными матерями и женами, посвящающими свою жизнь семье. Главных персонажей в этих сериалах играют независимые активные женщины, ценящие социальный успех и свободные от семейных обязательств. В одном из популярных среди иранских семей сериалов «Любовь и наказание», главный персонаж отличается успешностью в социальной жизни и недоверием к браку и семейной жизни. Как правило, образ счастливой традиционной семьи в этих сериалах либо отсутствует, либо особо не выделяется. Примечательна идея перехода от традиционности к современности среди женских персонажей. Образ доброй матери, представляющий ценность в иранской национальной и исламской культуре, отсутствует или замещен образом женщины, которая, пренебрегая семьей, следует за своей любовью, что в исламской культуре воспринимается как неверность. Тайная любовь замужней женщины, которая жестко отвергается в исламе, поддерживается в самых популярных телесериалах и изображается как естественное и нормальное явление. Согласно статистическим данным, опубликованным на онлайн-сайте «mantageazad», в 74% этих телесериалов в той или иной форме одобряется или пропагандируется неверность, что противоречит нормам исламской культуры, признающей священными семейные ценности и преданность семье. Вышеупомянутое исследование показывает, что только в 10 телесериалах, транслировавшихся в 2014 году на канале «GEM TV», было продемонстрировано 22 случая развода. В этих телесериалах, изображающих поддержание любовных отношений с двумя или более партнерами как нормальное социальное поведение, как правило, абсолютно игнорируется положительный образ молодой женщины, соблюдающей ценности материнства, вытекающие из исламской культуры.

В то время как иранские женщины сегодня переживают необратимый процесс перехода к современности, спутниковые каналы служат материальными ресурсами для стимулирования данного процесса. Транслируе-

мые новые культурные нормы пренебрегает принятыми в иранском обществе гендерными правилами. Традиционно любовь и брак были отношениями, заключаемыми навечно, а сегодня, напротив, пары испытывают то, что Э. Гидденс называет «конфлюэнтной любовью», основанной на спонтанно возникших «чистых отношениях», которые основаны на взаимном согласии партнеров и поддерживаются партнерами на период получения от них удовлетворения [Giddens, 1992, 63; Hull et al, 2010]. По данным Центра по правам человека в Иране (5 февраля 2016 года), сегодня число иранских пар, живущих вместе вне брака, стремительно растет. Как правило, женщины соглашаются на внебрачное сожитие в знак протеста против традиций патриархата и для того, чтобы избежать выполнения традиционных для женщины семейных обязанностей, которые, по мнению молодых женщин, препятствуют их самореализации [Ramezani, 2015]. Эта тенденция, которое молодое поколение называет «белым браком», официальными чиновниками называется «черным браком», который строго запрещен законом.

Еще один пример деградации института семьи — это растущий уровень разводов. По данным Центра демографической статистики и информации за, число разводов за последние 18 лет значительно увеличилось: в 2011 году в стране было зарегистрировано 142841 случаев развода. Следствием внебрачного сожития и разводов является снижение рождаемости. По мнению М. Джокара, одну из основных причин падения рождаемости следует искать в противопоставлении беспечной, социально успешной жизни бездетных пар традиционному материнству, представляемому как тяжелое бремя [Jokar, 2014]. Со ссылкой на Иранский центр статистики, он заявляет, что Иран, с приростом населения в 2% в течение 1986–2011 годов, оказался на первом месте среди стран с падающими темпами роста населения. Еще одной важной причиной такого снижения является рост уровня образования среди женщин. Составляя 60% от числа преподавателей и студентов иранских университетов, современные образованные женщины отличаются от своих матерей и бабушек рациональностью, меньшим почитанием религиозных канонов и изменениями мировоззренческого характера: они не торопятся выходить замуж и рожать детей, таким образом, снижая фертильность семейной структуры [Ijabi, 2014, 121; Gauntlett, 2002, 97]. Во взаимодействии со структурой женщины изменяют свои действия и восприятие, что приводит к созданию новой структуры семьи.

Образ жизни современной семьи

Современные иранские семьи пользуются информационными ресурсами, такими как интернет и спутниковое телевидение. Спутниковые телевизионные каналы существуют в Иране с 1991 года. Несмотря на ряд

серьезных мер по ограничению СМК с 12 февраля 1995 года, их аудитория с тех пор значительно расширилась [Nooralian, 2014]. Согласно данным газеты «Иран» (2016 г.), аудитория этих каналов включает более 5700 000 иранских семей. Сегодня в Иране существует более 2000 телеканалов, среди которых 110 вещают на персидском языке [Shahab, 2012]. Объектом влияния этих каналов, финансируемых западными странами, являются иранские семьи, особенно иранские матери. Расширение каналов спутникового ТВ в Иране означает активное распространение западных культурных норм и ценностей среди национальной аудитории. Как результат, происходят необратимые изменения в образе жизни семьи. В связи с этим, крайне важным является осмысление влияния спутниковых телеканалов на трансформацию иранской семьи. Рассмотрим влияние этих каналов на образ жизни семьи на основе анализа трех важных аспектов стиля жизни: образа тела, досуга и одежды.

Образ жизни является неким характерным явлением современного (посттрадиционного) мира: человек или группа (семья) выбирает одну модель социального поведения из нескольких существующих — самостоятельно и без общественного влияния [Giddens, 1991, 81]. Спутниковое телевидение и все доступные на сегодняшний день информационные средства предоставляют аудитории различные альтернативные выборы. Выбор образа жизни является неотъемлемой составляющей повседневной «рутины» поведения, питания, выбора одежды [Giddens, 1991, 81]. Спутниковые телеканалы показывают жизнь с многочисленными вариантами выбора и оказывают влияние на выбор аудиторией той или иной модели. Под впечатлением контента молодые женщины предпринимают действия, которые выходят за границы заранее заданного образа жизни. Эти действия агентов способствуют возникновению новой структуры семьи.

Образ тела

Образ тела связан с чувствами и представлениями человека относительно его или ее тела и внешности, при этом положительное отношение к собственному телу доставляет человеку чувство удовлетворения [George, 2010, 10]. Однако обычно существует объективная разница между реальным телосложением индивида и воображаемым идеалом [Thompson, 1990, 2]. Недовольство своим телом, как правило, связано с нормами, определяемыми социокультурными стандартами. СМК являются наиболее сильными факторами, влияющими на образ тела.

Поскольку в западной культуре идеал женской красоты связан со стройной фигурой, женская аудитория кабельных телеканалов в Иране, поглощенная активно рекламируемыми стандартами женской красоты, стремится достичь таких же параметров тела. В последние

годы, под воздействием СМК, стремительно растет популярность всевозможных диет для похудения и программ здорового образа жизни [Mahdipoor, 2013, 25–44]. При этом достижение стройной фигуры не является конечной целью — под влиянием спутниковых телеканалов женщины ищут различные способы достижения всех возможных аспектов этой воображаемой красоты, стремясь изменить лицо, тело и свой внешний вид в целом. В последние годы в Иране широко распространенным стало использование косметики, проведение косметических операций, липосакция, ортодонтия, применение контактных линз и, в целом, изменение естественного тела. По данным *Euromonitor*, Иран по объему использования косметики занимает седьмое место в мире. Быстрый рост косметической хирургии, в семь раз больше, чем в Европе, является еще одним доказательством, свидетельствующим об изменении образа жизни женщин. Согласно одному из исследований о соотношении между внешностью и социальными культурными процессами, телезрители спутниковых каналов больше зрителей национальных телеканалов страдают от психологического недовольства своей внешностью [Ahmadi и др., 2015, 29–50]. Вместе с тем, абсолютно обратную тенденцию можно наблюдать среди женской аудитории национального телевидения. Это доказывает прямое влияние современных СМК на поведение женщин.

Одежда

Мода на одежду и различные стили макияжа, в основном, распространяются через СМК. Современная мода одежды среди молодежи в Иране зеркально отражает стиль одежды из телевизионных передач и телесериалов. Рост популярности в Иране платьев и головных уборов героев таких телесериалов как «Фатма Гюль», «Великолепный век» и «Body of Desire» говорят об определяющей роли информационных средств в развитии моды в стране.

Хиджаб (головной платок) — один из важнейших элементов женской одежды в религиозный и культурной идентичности Ирана. Тенденция к ношению хиджаба среди пользователей спутникового телевидения заметно снижается. Например, в телесериалах «Body of Desire» и «Do not mess With an Angel» женские персонажи имеют вызывающий внешний вид и вульгарный макияж. Не случайно А. Хоссейни и М. Ярголи утверждают: «Сериалы направлены на то, чтобы убедить женщин одеваться соблазнительно, с целью очаровывать мужчин» [Hosseiny, Yargoli, 2012, 133–154].

Спутниковые каналы — это материальные ресурсы, позволяющие женщинам получать доступ к новейшей моде и выбирать повседневную одежду. Однако женщины не только перенимают западную культуру, но и начинают

все больше размышлять об ограничениях и принуждениях, вытекающих из религиозной и культурной идентичности (ношение хиджаба). Желая изменить эти правила либо отказаться от них, они прибегают к коммуникационным средствам. Хотя использование таких сайтов, как Facebook в Иране запрещено, они широко используются общественностью. В мае 2014 года социальная сеть Facebook была использована для организации протеста против ношения хиджаба: под фотографией девушки-подростка без хиджаба сотни тысяч женщин делились своими историями и рассказами либо фотографиями без головного платка. Оригинальная фотография получила 770000 лайков, большинство из которых было поставлено жителями Ирана. Хотя данная акция не имела значительного результата, это была попытка оспорить существующие традиционные правила и создать новую структуру.

Досуг

По мнению Б. Дилма, современная концепция досуга принадлежит современному обществу: в индустриальном обществе разделение времени на работу и досуг имеет важное значение [Dilma, 2013, 109–125]. Существует широкий спектр занятий, которыми люди занимаются на досуге, такие как просмотр телепередач, садоводство, приготовление пищи, посещение магазинов, общественных заведений, культурных мероприятий и т.д. Расцениваются ли эти мероприятия как развлечение и отдых, или как обязательство зависит не от особенностей этих видов деятельности, а, главным образом, от восприятия людей.

Исследования показали, что иранские женщины значительную часть своего досуга посвящают просмотру программ спутникового телевидения [Nooralyan et al., 2014]. Эффект от данного занятия заметно отражается на других аспектах их жизни. Об этом, в частности, свидетельствует большое количество женщин в торговых центрах. Под воздействием рекламной индустрии они ведут потребительский образ жизни. И это не случайно: все рекламные тексты продвигают идею «шопинга» в качестве приятного досуга [Goodwin et al., 2008, 266]. В итоге шопинг становится психологической потребностью для потребителя, и люди отправляются в торговые центры не для того, чтобы купить необходимые товары, а для удовлетворения потребности совершать покупки [Busche, 2008]. Впечатленные образами героев телевизионных передач и рекламных роликов, представители молодого поколения, особенно женщины, демонстрируют страсть к образу жизни, в центре которого стоит потребительский дух шопинга ради удовольствия.

В последнее время среди иранок наблюдается растущая тенденция к посещению спортзалов, спортивных площадок и парков: для достижения идеального образа тела они активно занимаются физической культурой.

В одном из исследований о спорте среди женщин М. Дараби обнаружил, что основной причиной тенденции к занятию спортом среди иранок является их неудовлетворенность собственным телом и желание потерять вес [Darabi, 2009]. Исследователь также утверждает, что в этом смысле культурные традиции являются главными сдерживающими факторами: поскольку традиционные женщины редко страдают от психологической неудовлетворенности своим телом, они менее склонны заниматься физическими тренировками.

Таким образом, образ жизни в современных семьях формируется под влиянием СМК, которые внушают агентам преимущество новой структуры семьи, в которой не действуют законы патриархата и отсутствуют гендерные обязательства. Под воздействием этих средств агенты структуры трансформируются. В рамках новой структуры формируется новая система ценностей для женщин.

Заключение

Средства массовой коммуникации играют существенную роль в формировании современной структуры семьи в Иране. Как только структура обеспечивает агентов материальным ресурсом в виде спутниковых телеканалов, осведомленные агенты, в данном случае женская аудитория, получая информацию, обретают рефлексивность. В результате, они отказываются от прежних форм поведения и заменяют их новыми практиками. Границы гендерных различий, определяемые нормами традиций и обычаев, постепенно размываются, вера женщин в священные ценности супружества и материнства подрывается, а сами они выходят за пределы дозволенных границ взаимодействия. Увеличение числа занятых женщин в сфере высшего образования говорит о том, что они больше не соблюдают predetermined гендерные правила. Образ жизни, который ведут женщины, отражает их формы поведения, сформированные структурой. Он показывает, что в выборе одежды, в занятиях на досуге, и в уходе за телом современные женщины Ирана следуют нормам западной культуры, которые формируются современной структурой. Преобразованные агенты, в свою очередь, через диалектические отношения между агентами и структурой, видоизменяют традиционную структуру семьи. В рамках современной структуры традиционные семейные ценности больше не ценятся. Как результат, это приводит к уменьшению числа бракосочетаний, спаду рождаемости, росту числа разводов и незаконных сожительства. Ядро современной семьи в Иране составляют социально активные и независимые женщины, ведущие западный образ жизни.

Для дальнейших исследований открытым остается вопрос о сосуществовании традиционных и современных семейных структур в современном обществе в Иране.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ahmadi, E. et al. (2015). Sociological Manifestation of Body Management and its relation to Social and Cultural Features among Women Living in Tabriz. *Journal of Pajouheshname Zanan* (1). P 29–50.
2. Busch, M. (2008). Adam Smith and Consumerism's Role in Happiness: Modern society Re-examined. *Major Themes in Economics*, 65–77.
3. Darabi, M. (2009). A Study of Influential Factors for Women's Tendency to Sports. *Sports Science*, 24, 77–88.
4. Dilma B. M. (2013). Leisure and Social Transformation: From modern times to postmodernity. *Lusophone. Lusophone Journal of Cultural Studies*, 1(2), 109–125.
5. Gauntlett, D. (2002). *Media, Gender and Identity: An Introduction*. London. Routledge Publication.
6. George, H. (2010). The Effects of Media Exposure on Body Dissatisfaction and Cognitive Bias in Adolescent Girls and Boys. UK. The University of Leeds.
7. Giddens, A. (1990). *The Consequences of Modernity*. Stanford, Stanford University Press
8. Giddens, A. (1991). *Modernity and Self Identity: self and society in the late modern age*. Stanford, California. Stanford University Press.
9. Giddens, A. (1992). *The Transformation of Intimacy: Sexuality, Love and Eroticism in Modern Societies*. Stanford, California. Stanford University Press.
10. Goodwin, N., Nelson, J., Ackerman, F., Weisskopf, T. (2008). *Microeconomics in Context*. New York. Routledge.
11. Hosseiny, A., Yargoli, M. (2012). Lifestyle in Satellite TV Series: semiotic analysis of Farsi 1 and PMC. *Media Journal*, 3, 133–145.
12. Hull, K. E., Meier, A., Ortyl, T. (2010). The Changing Landscape of Love and Marriage, *American Sociological Association*, 9 (2), 32–37.
13. Ijabi, J. (2014). *Social Pathology and Transformations of Iran*. H and S publication.
14. Jokar, M. (2014). Modernity, Change in Lifestyle and Declining Birth Rate. *Islamic Journal of Women and Family*, 2 (2), 39–69.
15. Mahdipoor, F. (2013). Manifestation of Influential Impacts of Persian Satellite TVs on Iranian Women. *Study of Satellite and New Communicative media*, 2 (5), 25–44.
16. Nooralian, Y., Shamkhanian, A., Rashidi, M., Vazini, N. (2014). Negative Impacts of Satellite TVs on Iranian Families. *Hamadan Police Journal*, 1 (3), 123–162.
17. Ramezani, R. (2015, February 16). Women Are the Main Sacrifices of White Marriage. *Resalt Newspaper*. Retrived from URL: <http://www.resalat-news.com/Fa/?code=197223>
18. Shahab, F. (2012). Typology of Persian TV Channels. *Quarterly of Study of Satellite TVs and New Communicative media*.
19. Thompson., J.K. (1990) *Body Image Disturbance*. New York, Pergamon Press.

© Хадем Лейла Максус Хоссейни (kafpp@inno.mgimo.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»



Московский государственный институт международных отношений