

DOI 10.31250/2618-8600-2021-4(14)-119-137

УДК 396: 297

З. Р. Хабибуллина

Институт этнологических исследований
им. Р. Г. Кузеева Уфимского федерального
исследовательского центра РАН
Уфа, Российская Федерация
Orcid: 0000-0001-9519-0529
E-mail: zilyahabibi@mail.ru

Ислам и гендер в интернете: женщины, режим видимости и борьба со стереотипами*

АННОТАЦИЯ. Приобщение мусульман к интернету с середины 1990-х годов сопровождалось созданием разнонаправленных исламских средств массовой информации, проявляющих высокую активность на социокультурном, образовательном и даже политическом поле. Распространение интернета в целом и особенно рост популярности социальных сетей с середины 2000-х годов оказали значительное влияние на трансформацию исламского представительства в виртуальном пространстве. Различные группы населения в мусульманском сообществе получили возможность не только заявить о своем существовании, но и дать интерпретацию религиозных вопросов. Известная степень анонимности на некоторых интернет-площадках позволила женщинам-мусульманкам участвовать в дискуссиях на любые темы. В виртуальном пространстве осуществляются попытки переосмысления традиционного отношения к женщине, в то же время для широкой аудитории создаются режимы видимости мусульманки, направленные на популяризацию исламского образа жизни и борьбу с негативными стереотипами. В статье представлен анализ медиадискурса о положении и статусе мусульманской женщины в российском обществе. На примере образа мусульманки в информационном пространстве выделены основные стереотипы и проанализировано, как мусульмане пытаются их преодолеть с помощью использования интернет-ресурсов. Желание нивелировать негативные представления побуждают мусульман к дискуссиям в социальных сетях, созданию блогов и использованию других виртуальных ресурсов для заявлений о дискриминации по религиозным убеждениям. Положение женщины в обществе обсуждается на сайтах мусульманских объединений, информационных агентств и на страницах духовно-просветительских порталов.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: ислам, гендер, мусульманка, медиа, СМИ, интернет, стереотипы

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: Хабибуллина З. Р. Ислам и гендер в интернете: женщины, режим видимости и борьба со стереотипами. *Этнография*. 2021. 4 (14): 119–137. doi 10.31250/2618-8600-2021-4(14)-119-137

* Статья подготовлена в рамках научно-исследовательской работы по государственному заданию ИЭИ УФИЦ РАН «Религии и духовная жизнь в поликультурном пространстве Южного Урала», № АААА-А18-118042390021-3.

Z. Khabibullina

R. G. Kuzeev Institute for Ethnological Studies, Ufa Federal
Research Centre of the Russian Academy of Sciences
Ufa, Russian Federation
ORCID: 0000-0001-9519-0529
E-mail: zilyahabibi@mail.ru

Islam and Gender on the Internet: Women, Visibility, and Overcoming Stereotypes

ABSTRACT. Since the mid-1990^s, the introduction of Muslims to the Internet has been accompanied by the creation of divergent mass media (Islamic media), which are highly active at the socio-cultural, educational, and even political levels. The evolution of the Internet, especially after the popularity increase of social networking since the mid-2000s, has had a significant impact on the transformation of Islamic representation in the virtual space. Various groups of population in the Muslim community have had an opportunity not only to declare their existence, but also to share their own interpretations of religious themes. The anonymity of the Internet has allowed Muslim women to participate in any discussions. In the virtual space, an effort to rethink the traditional attitudes towards women is carried out, while, at the same time, modes of visibility of a Muslim woman are created for wider audiences, aimed at popularizing the Islamic way of life and combating negative stereotypes. The article presents an analysis of the media discourse regarding the position and status of Muslim women in the Russian society. On the example of the image of a Muslim woman in the Russian media space, the author highlights the main existing stereotypes and analyzes how Muslims are trying to overcome them by means of the Internet. Negative images encourage Muslims to use social networks and create blogs and other virtual resources to declare their informational discrimination. The position of women in society is discussed on the websites of Muslim associations, news agencies, and religious outreach portals.

KEY WORDS: Islam, gender, Muslim woman, media, mass media, Internet, stereotypes

FOR CITATION: Khabibullina Z. Islam and Gender on the Internet: Women, Visibility, and Overcoming Stereotypes. *Etnografia*. 2021. 4 (14): 119–137. doi 10.31250/2618-8600-2021-4(14)-119-137 (In Russ.).

ВВЕДЕНИЕ

К современным медиаресурсам относятся СМИ и средства связи (такие как интернет и социальные сети). Они могут изменять социальные институты, дискурсы и социальные практики, расширять диапазон взаимодействий в обществе, открывать новые возможности для самовыражения верующих. Значительная часть информации для традиционных СМИ (телевидение, радио и пресса) поступает сейчас из интернета. Религиозность также все чаще презентуется на форумах, страницах социальных сетей и иных сайтах, посвященных религии. Растущая роль виртуальной жизни быстро актуализирует эту сферу общения и культуры, предоставляя возможность более открыто, чем в офлайн, выражать мнения (иногда анонимные) по различным спорным вопросам, касающимся этничности и религии (Белоруссова, Головнёв 2019: 36). Это прямо или косвенно влияет на формирование образа ислама в том числе.

В статье представлен анализ медиадискурса о положении и статусе мусульманки в российском обществе. На основе интернет-ресурсов рассматриваются существующие в официальном информационном пространстве стереотипы, их влияние на формирование социальных режимов видимости ислама и мусульман. Противоположным полюсом создания видимости являются исламские медиа, в которых предпринимаются попытки преодолеть стереотипы о женщинах-мусульманках. Интернет становится одним из немногих публичных пространств, где религиозные организации могут донести свою точку зрения до светской аудитории (Гришаева 2019: 309). Практически все исламские виртуальные ресурсы содержат материалы, посвященные разоблачению существующих стереотипов о мусульманах. Исследование демонстрирует, как конструируются и деконструируются режимы видимости на примере образа мусульманских женщин в светском и многоконфессиональном обществе с помощью современных информационных технологий.

Первая часть статьи посвящена кругу проблем, связанных со стереотипными представлениями о бесправном положении мусульманки, ее радикальных и экстремистских наклонностях, а также выявлению истоков формирования этих представлений. Согласно исследованиям российских ученых, негативный образ мусульманок зачастую формируют официальные печатные и телевизионные СМИ. Об этом писали Аида Соболева, Наталья Кузина, Софья Рагозина, Шухран Сулейманова и др., изучавшие образ ислама в ключевых российских газетах («Независимая газета», «Коммерсантъ», «Московский комсомолец», «Комсомольская правда», «Российская газета», «Новая газета», «Известия»); на федеральных телевизионных каналах («Первом канале», «Россия 1», «Дождь»), в информационных агентствах (Interfax, Lenta.ru) (Кузина 2017; Соболева

2016; Рагозина 2017; Сулейманова 2015 и др.). Выбор именно этих изданий и телевизионных каналов авторы аргументируют их популярностью в России. В работе Аиды Соболевой, журналиста-практика с многолетним опытом работы, рассматривается эволюция имиджа мусульманки в российском информационном пространстве. Автор выделяет два стойких стереотипа: (1) исламская женщина пассивна и забита; (2) исламская женщина склонна к экстремизму (Соболева 2016: 108).

Вторая часть статьи посвящена собственно исследованию режима видимости мусульманки, который транслируется на исламских интернет-ресурсах в качестве противостояния существующим стереотипам. В настоящее время интернет является одной из главных информационных и демонстрационных площадок мусульман в России. Мусульманские институты не имеют авторитетных печатных изданий, распространяемых для широкой публики. Мусульмане слабо вовлечены в создание информации (в том числе о самих себе) и отличаются низкой степенью и эффективностью коммуникации с журналистским сообществом. Наше внимание фокусируется на изложении альтернативных точек зрения на положение женщины в исламе, распространяемых на сайтах мусульманских объединений, крупных исламских информационных агентств и просветительских сайтах¹.

В основе исследования лежит методология контент-анализа текстовых источников, а также методы киберэтнографии, которая, помимо традиционных средств массовой информации в интернете, изучает «новые медиа» — социальные сети и блоги, где исламский контент в настоящее время распространяется на регулярной основе. Он доступен в сетях «ВКонтакте», Facebook, «Одноклассники», Twitter, Telegram, YouTube и даже в TikTok — сервисе для создания и просмотра коротких видео. В русскоязычном интернете функционируют более сотни различных сайтов исламской тематики независимо от мазхаба (школ шариатского права в исламе) и целевой направленности; имеется раздел, посвященный вопросам семьи и женщин. Все они транслируют преимущества мусульманского образа жизни, рассматривают проблемы, с которыми приходится иметь дело женщинам, решившим жить по шариату в светском государстве, публично демонстрируя свою религиозность с помощью одежды и других символов.

¹ Мы изучали публикации, касающиеся мусульманок, на сайтах двух крупных российских исламских организаций — Духовного управления мусульман Российской Федерации (www.dumrf.ru) и Центрального духовного управления мусульман России (www.cdum.ru); информационного агентства Islam-today (www.islam-today.ru); духовно-просветительских сайтах «Ислам и семья» (www.islamisemya.com), Muslim Fashion (www.muslimfashion.ru).

ИСЛАМ И РЕЖИМ ВИДИМОСТИ В ИНТЕРНЕТЕ

Киберрелигия (применительно именно к исламу), появление исламского пласта в интернете, киберислам или исламнет — все это термины для обозначения одного явления, ставшего закономерным этапом развития информационных технологий, виртуализации человеческой деятельности, которая постепенно приводит к изменению традиционных форм религиозной активности. В отличие от этнических сообществ, включение религиозных конфессий в сферу интернета происходило не так интенсивно и оказалось растянуто во времени. Если представители многих этнических групп восприняли цифровую реальность как жизненно важный фактор сохранения и приумножения этничности, то представители конфессий прошли длительный этап критического осмысления киберреальности. Религиозный дискурс о необходимости использования интернета и его предназначении для верующего все еще актуален. Среди представителей каждой конфессии существуют противники и сторонники использования цифровых технологий и коммуникаций. Предписания пользоваться интернетом мусульмане находят в Коране и других священных текстах, не снимая с повестки дня вопрос о греховности интернета (Горалик 2011; Магомедрасулов 2015; Сидеть или не сидеть... 2015). Богословы издают *фетвы* (богословско-правовые заключения), призывающие мусульман к благоразумию и осторожности в виртуальном пространстве, предупреждающие об обесценивании религиозных обрядов, которые проводятся с использованием цифровых технологий (Мусульман призывают... 2014).

Тем не менее новые способы коммуникации позволяют современным верующим передавать знания, объединяться, общаться с единоверцами из других регионов и стран, вести религиозную практику онлайн, поддерживать авторитет своих лидеров, размещая их биографии, проповеди, информацию о встречах в социальных сетях. Существует огромное количество интернет-ресурсов, посвященных истории и современному состоянию ислама, а также ресурсов, представляющих деятельность исламских сообществ.

Научное осмысление темы «ислам и интернет» началось в конце 1990-х годов в западной антропологии. Профессор Университета Уэльса Гари Бунт одним из первых обратил внимание на феномен цифровизации ислама. В статье, опубликованной в 1999 г., он исследовал идентичность британских мусульман в интернет-пространстве на основе анализа нескольких сайтов (Bunt 1999). Анализируя проблемы религиозного авторитета и процессы принятия решений, он отмечал, что коммуникации в сети стали оказывать существенное воздействие на происходящее в реальном мире ислама. Критика положений Г. Бунта со стороны других

исследователей была связана с унификацией исламского сообщества в интернете, отсутствием учета региональной специфики ислама и особенностей различных течений и групп внутри самого ислама (Рагозина 2020). Тема женщин в исламе и их адаптация к интернету (создание их образа в сети), несомненно, заслуживают самостоятельного анализа.

Определенный вклад в разработку исламской гендерной проблематики и цифровых медиа внесли работы шведской исследовательницы Мии Ловхейм, проанализировавшей блоги молодых женщин-мусульманок трех скандинавских стран (Lövhelm 2012, 2013). Автор свидетельствует, что благодаря цифровым медиа женщины-блогеры получают возможность критиковать некоторые положения ислама и тем самым вносить вклад в обсуждение места ислама в секулярном шведском обществе. Интерес медиа к религиозной тематике оказывается дополнительным фактором, способствующим перемещению религии из области частного в область публичного.

Научный проект Российского научного фонда (РНФ) «Виртуальная этничность и киберэтнография: новация на фоне традиции» (рук. С. Белоруссова), осуществляемый группой исследователей с 2018 г. с целью исследования различных этнических и религиозных групп в интернете, позволил собрать материал по различным аспектам жизни мусульман в виртуальном пространстве. Одним из главных выводов исследования ислама в рамках данного проекта является то, что технологические революции оказывают влияние на самосознание верующих и способы их взаимодействия с обществом. Под влиянием роста использования цифровых технологий происходят изменения границ между общественной и частной сферами в исламском сообществе, имеющие политические и идеологические последствия.

Различные группы населения в мусульманском сообществе, определяемые еще одним зарубежным исследователем киберисламской среды (*cyber Islamic environment*) Алексом Кортом как наиболее маргинальные группы населения — разные исламские течения, секты (и в том числе, отдельно, женщины), получили возможность не только публично заявить о своем существовании, но и дать свою интерпретацию религиозной тематики (Korf 2005). Интернет открывает новые возможности для презентации множества локальных идентичностей на фоне размывания «традиционной» монополии на исламское знание (Рагозина 2020: 420). Виртуальное пространство позволило мусульманкам выйти в публичную сферу. Они пытаются переосмыслить традиционное отношение к женщине, а для широкой аудитории стремятся создать определенный стиль презентации мусульманки, направленной на популяризацию исламского образа жизни и борьбу со стереотипами.

Режим видимости религиозных сообществ является одним из актуальных направлений гендерных исследований². В европейском обществе в отношении мусульманской женщины длительное время существуют стереотипы, непонимание, ирония, страх, зачастую поддерживаемые СМИ. Для преодоления негативных представлений о себе мусульманки используют интернет-ресурсы, с помощью которых создают исламский режим видимости. Действия исходят в основном от культурных объединений и частных лиц, которые стремятся распространять знание об исламе и при этом изменять образ мусульманства в обществе.

Мусульманки создают собственные веб-сайты. За последние годы возникло множество женских блогов. Женщины считают, что это один из лучших способов борьбы со стереотипами. «“Мы — самый лучший источник информации о себе”, — объявили мусульманки в сети» (Коломбант 2010). Блоги в Instagram стали местом творчества, где верующие женщины могут выражать свои мысли, мнения и отношение к религии, семейной жизни, материнству, воспитанию детей и многому другому. Рост числа женщин-блогеров частично можно объяснить тем, что культура работы с дневником присуща женщинам больше, чем мужчинам. Современные интернет-блоги как культурный образец по форме и содержанию представляют собой именно дневник (Гнедаш 2012: 98). Тематика блогов мусульманских женщин, как и женская блогосфера, в российском интернете ориентирована на приватные сферы. В мужских исламских блогах преобладают общественно-политические темы. Блоги мужчин представляют значительный интерес для пользователей сети, они наиболее популярны.

В настоящее время в русскоязычном интернете существует практически сформировавшийся «интернет в интернете», так называемый исламнет, который до известной степени самодостаточен и удовлетворяет многие потребности мусульман. В этом сегменте интернета есть почти все аналоги ресурсов «обычного» интернета: от сайта знакомств и магазинов одежды до поисковых систем, где мусульманин может найти любую информацию об исламе (Решетняк 2009: 207). В киберисламском пространстве наряду с ресурсами, направленными непосредственно на мусульман и их проблемы, существуют ресурсы, обращенные против исламофобии и негативного освещения ислама, аудиторией которых является неисламский мир (Varisco 2010). Практически все они включают

² Проблема режимов видимости в гендерном аспекте широко обсуждалась на международной конференции “Gender, Race, Religion: De/Constructing Regimes of in/Visibility”, прошедшей 12–15 сентября 2019 г. в г. Лёвен (Бельгия). Категория «видимость» была определена как социальный процесс, сочетающий в себе области эстетики и политики. На конференции было проанализировано, как функционируют режимы видимости религиозных общин и традиций, как используются религиозные символы в качестве ресурсов воспроизводства или оспаривания социальной видимости, невидимости или гипервидимости.

материалы, способствующие устранению существующих предубеждений в отношении мусульманки.

ИСЛАМ В РОССИИ — ИНТЕРПРЕТАЦИЯ «ТРАДИЦИОННОСТИ»
И «НЕТРАДИЦИОННОСТИ»

В российском обществе, признающем ислам, существуют тем не менее и искаженные представления об этой религии и ее приверженцах, которая является второй по количеству последователей конфессией после христианства в стране. Мусульмане составляют около 10% населения (по разным подсчетам от 14,5 до 20 млн человек). Данные о количестве мусульман в России условны, поскольку переписи населения не отражают религиозную принадлежность. Большинство российских мусульман — это коренные тюркские народы Волго-Уральского региона и народы Северного Кавказа. Ислам начал распространяться на российской территории с VII в., в настоящее время он является традиционной религией более чем тридцати коренных этносов России, а также значительного числа постоянных или временных переселенцев. Наибольшее количество мусульманских народов проживают в семи субъектах Российской Федерации: в Ингушетии (98%), Чечне (96%), Дагестане (94%), Кабардино-Балкарии (70%), Карачаево-Черкесии (54,6%), Башкортостане (54,5%), Татарстане (54%) (Информационные материалы... 2010).

Однако в России, как и во многих европейских странах, ислам в массовом сознании часто ассоциируется с насилием и фанатизмом, тогда как сами мусульмане связывают свою религию со справедливостью и демократией. Противостояние этих двух взглядов укрепляет защитные механизмы двух сторон (Rigoni 2009: 475). В российском обществе имеет место страх перед угрозой исламизации, его усиливают мусульманские пользователи русскоязычного сегмента интернета, придерживающиеся идеи исламизации и активно публикующиеся в сети. О росте числа мусульман в России за счет естественного прироста, увеличения количества мигрантов из стран Центральной Азии и Азербайджана и числа новообращенных свидетельствуют некоторые публикуемые в СМИ исследования. Например, в период с 2009 по 2012 г. в России наблюдалось уменьшение количества православных христиан (на 6%) и увеличение количества последователей ислама (на 3%) (В России за три года... 2012).

В настоящее время российский ислам отождествляется гражданами страны с мусульманским миром и Северным Кавказом. Среди самих мусульман наблюдается укрепление представлений о российской умме как части исламского мира. Неизбежный процесс интеграции российских мусульман в общеисламское мировое сообщество сопровождается усилением религиозности и влияния крупных исламских центров, таких как Саудовская Аравия, Турция, Египет. У мусульманских народов

России растет потребность в единстве, сплоченности, солидарности, которые присущи понятию «мусульманская умма». Разумеется, этот процесс сопровождается стремлением выполнять все предписания ислама, включая ношение исламской одежды, тщательное соблюдение обрядности, демонстрацию религиозных символов. Чаще всего это желание не находит понимания в светском обществе.

В 1990-е годы в России появилось деление ислама на «традиционный» и «нетрадиционный» с целью отличить радикальные толкования, обозначить особенности российского ислама как миролюбивого и терпимого. На современном этапе понятие «традиционный ислам» в контексте государственной конфессиональной политики призвано консолидировать российских мусульман в рамках одной страны, выступить мощным ресурсом формирования гражданского единства (Пятков 2013: 5). Термин используется представителями государственных органов, религиозных организаций, национальных объединений, научного сообщества, СМИ, является распространенным в исламском сообществе России. При этом его однозначного определения не существует, разные социальные группы вкладывают различный смысл в это словосочетание, используя его для обоснования своей точки зрения по тем или иным вопросам российской уммы (Khabibullina 2020: 205).

Президент Российской Федерации Владимир Путин во время встречи с руководителями духовных управлений мусульман заявил о необходимости создания мусульманских культурных и женских центров как представительств традиционного ислама. «Новая социализация ислама должна рассматриваться как развитие традиционного мусульманского образа жизни, мышления, взглядов в соответствии с современной социальной действительностью, в противовес идеологии радикалов, сталкивающих верующих в средневековье. Здесь важны и новые формы работы — через мусульманские культурные центры, исламские научно-просветительские центры, молодежные, женские клубы», — отметил глава государства (Начало встречи... 2013). Муфтий Равиль Гайнутдин на этом мероприятии, в свою очередь, подтвердил роль женских исламских центров: «Мы, так же как и президент нашей страны, убеждены, что активная социальная работа российских мусульманок вносит неопределимый вклад в будущее нашей страны. Совместными усилиями мы сможем решить актуальные вопросы, в том числе проблему хиджаба, создать институт сватовства, организовать центры создания семьи, кризисные центры для женщин, центры доверия, сможем сформировать положительный образ мусульманок в стране. На просторах интернета мусульманки привлекают к себе внимание и интерес со всего мира, становясь эталоном моды, стиля и образа жизни» (Приветствие муфтия... 2013).

Исследования российских СМИ свидетельствуют, что в прессе понимание радикального и традиционного ислама неоднозначно.

«Радикальный ислам в СМИ связан с беспокойной обстановкой в северокавказских регионах и других беспокойных регионах по всему миру. Традиционный ислам прежде всего описывается как умеренный и лояльный к властям. И в этом смысле все плохое — радикальный ислам, все хорошее — традиционный ислам», — считают эксперты (Запрометова 2019). Режим видимости ислама в информационном пространстве делится по линии «традиционный — нетрадиционный», стереотипы строятся вокруг этих понятий.

СТЕРЕОТИПЫ О МУСУЛЬМАНСКИХ ЖЕНЩИНАХ В РОССИЙСКИХ СМИ

В построении образа социального мира в современных обществах огромную роль играют СМИ (печать, радио, телевидение) и интернет. Система массовой коммуникации — важнейший канал информации об обществе, основное средство трансляции знаний о нем. Роль средств массовой информации в процессе социального познания заключается также и в том, что в них зачастую предлагается уже готовый образ какого-либо социального явления (Попова, Березина 2015: 88). Имидж ислама в российском информационном пространстве не раз становился объектом исследования специалистов (Кузина 2017; Соболева 2016; Рагозина 2017; Сулейманова 2015). Как следует из этих работ, образ мусульманина в российском обществе формируется под воздействием акций религиозных экстремистов, конфликтов с участием мусульман, радикальных заявлений мусульманских политиков и духовных лиц.

В ряде печатных изданий и на телевизионных каналах выявлен устойчивый тематический комплекс, касающийся ислама: семантическая связка «мусульманин — ислам» и терроризм (Кузина 2017: 165). Однако пользователей сети в большей степени интересуют жизнь и деятельность первых лиц религиозных групп или государств/городов (исповедующих ислам), религиозная традиция (Ураза-байрам и хадж), угроза по отношению к западному миру, а также растущая известность (благодаря ряду медийных персон, поддерживающих ислам или принявших ислам, и лицам, наделенным властью в Российской Федерации) исламской культуры в духовной жизни России. В информационной повестке рост терроризма и преступности с исламом часто связывают «Первый канал» и газета «Известия» (Кузина 2017: 165). О культурной жизни, а также о вопросах инкультурации мусульман в Российской Федерации больше всего материалов на телеканале «Дождь», эти темы поддерживают новостные агрегаторы «Google. Новости» и «Яндекс. Новости», «Российская газета» (Кузина 2017: 166).

Наиболее подробно о стереотипах, связанных с образом женщины-мусульманки в официальных российских СМИ, писала А. Соболева

(2016). Будучи журналистом, кинодокументалистом, проработавшим много лет в структуре официального телерадиовещания, она утверждает, что образ мусульманки формировался в информационном пространстве в соответствии с политическими изменениями в стране. После распада СССР российские СМИ избавились от идеологических и антирелигиозных принципов, они коммерциализировались, что привело к зависимости от рейтингов, рекламодателей, спонсоров и инвесторов, «горячих тем», которые зачастую связывают с радикализмом и экстремизмом.

С конца 1990-х годов с появлением и развитием интернета структура российского информационного пространства существенно изменилась. Пресса стала мультимедийной и достигла широкой аудитории. В начале 1990-х, в период наиболее активного обновления религиозной жизни, федеральные и местные СМИ обсуждали исламскую тематику в основном с позиций принятия, оценивая ислам положительно. Мусульманки, носящие традиционную одежду, готовящие *халяльную* (разрешенную исламом) и здоровую пищу, изучающие духовную литературу, воспринимались как гарант возрождения и сохранения лучших национальных традиций (Соболева 2016: 108).

С началом чеченской кампании в середине 1990-х годов ислам стал прочно ассоциироваться с образом женщины-смертницы, что, разумеется, небезосновательно. За период 2000–2013 гг. 46 смертниц совершили 26 террористических актов в России (Кавказский узел 2012). В настоящее время у многих граждан с мусульманскими женщинами ассоциируются хиджаб, патриархальные ценности и гендерное неравенство. Превалирует образ угнетенной мусульманки. Впечатления пользователей социальных сетей о них примерно следующие: «Они остаются дома. В исламе существует многоженство. Они рожают много детей и отказываются от карьеры ради семьи. Эта культура превращает женщину в собственную заложницу семьи. Она становится рабом своих детей или вынуждена соревноваться с другой женой. Она никогда не выходит из дома и не может ни с кем общаться, потому что боится своего мужа» (Мифы... 2017).

Следует отметить, что исламская тематика преподносится СМИ и в политическом контексте с использованием стандартных негативных определений (ваххабиты, исламские фундаменталисты, моджахеды, шахиды и т. д.). Политические проблемы связаны и с вопросами религии. Критика мусульманских женщин начинается с их внешнего вида: «Почему они закрывают все тело, а иногда даже лицо?». Женщины оцениваются по внешности, их внутренний мир и жизненные ценности не вызывают интереса. Особенности мусульманской одежды используются в качестве ресурса для создания и оспаривания социальной видимости мусульман. В СМИ превалирует образ анонимной мусульманки. Посредством распространения фотографий женщин в черном никабе мусульманские женщины

гомогенизированы и зачастую представлены отчужденными неодоушевленными жертвами, которые нуждаются в защите, неспособными принять светские ценности. Однако в России многие мусульманки не носят головные платки и лишь немногие полностью закрывают лицо.

РЕЖИМ ВИДИМОСТИ МУСУЛЬМАНСКИХ ЖЕНЩИН И БОРЬБА СО СТЕРЕОТИПАМИ

Практически все исламские сайты содержат материалы, направленные на развенчание мифов о пассивности, необразованности и агрессивности мусульманских женщин. Мусульманки убеждены, что в СМИ мало информации об успешных исламских женщинах, истинное положение вещей остается скрытым от общественности. «Мусульманка теперь кажется синонимом “беспомощной жертвы”», — пишут авторы сайта «Ислам сегодня» (Медиастереотипы... 2014).

В интернет-пространстве мусульманки призывают своих единомышленников отказаться от черных плащей, чтобы не привлекать избыточного внимания и не производить устрашающего впечатления. «Традиционные мусульманские темные *абайи*, то есть черная одежда, закрывающая женскую фигуру с головы до пят и скрывающая лицо, совершенно неуместны в российском обществе», — считают они и рекомендуют выбирать яркие цвета и цветные принты (Как выглядит...). В настоящее время существует популярное бьюти-направление так называемых хиджабистов. Они демонстрируют модные образы в хиджабе в своих блогах и Instagram (поиск по хештегам #hijabista, #hijabfashion и #hijabstreetstyle).

Исламские медиа в основном сосредоточены на миссионерской работе и распространении информации о пользе веры для женщин. Они почти ничего не пишут о научных, творческих и спортивных достижениях тех мусульманок, которые ведут образ жизни, противоречащий религиозным законам, но при этом идентифицируют себя как мусульманки. Исламские СМИ мало рассказывают об участии женщин в общественной и политической жизни страны и их взаимодействии с последователями других религий, но много пишут о красоте, моде, одежде, халяльной косметике и правилах поведения согласно сунне.

Сами мусульманки охотно ведут блоги, где рассказывают о себе, своем образе жизни, делятся своими размышлениями и впечатлениями. В России самыми популярными инстаграм-блогерами среди них являются следующие персоны.

Александра Головкова (более 461 тыс. подписчиков)³. Девушка получила от подписчиков эпитеты: «Самая стильная мусульманка России», «Красавица в хиджабе», «Скромная красавица». Обращение русской

³ URL: www.instagram.com/golovkova.s/ (дата обращения: 10.05.2021).

девушки в ислам вызвало живой интерес у пользователей социальных сетей. Созданный Александрой образ, ее одежда, способ носить платок, фотографии привлекают внимание. Они стали примером подражания для многих мусульманок.

Айдан Мамедова (85,3 тыс. подписчиков)⁴. Азербайджанка по происхождению, журналист и ведущая программы «Исламская мозаика» на телеканале «Россия 24».

Сафия Умм Ибрагим (43 тыс. подписчиков)⁵. Грузинка по национальности, врач по образованию. Она ведет медицинский блог и рекомендует использовать *хиджаму* (кровопускание), известную как баночная терапия, для лечения и профилактики различных заболеваний.

Айгуль Габайдулина (более 10 тыс. подписчиков)⁶. Она ведет «строгий блог для строгих мусульманок». Автор в очень подробной и доступной форме пишет о своем видении жизни в мусульманских странах.

К формированию положительного образа мусульманской женщины подключились также официальные исламские структуры, такие как Духовное управление мусульман Российской Федерации и Центральное духовное управление мусульман России (ЦДУМ). На сайте «Мусульмане России» образ современной мусульманки глава Союза мусульманок России Наиля Зиганшина представляет следующим образом: «Так мы видим образ мусульманки. Красота ее души обязательно должна отражаться в ее внешности. Она образованна, приветлива, благосклонно настроена по отношению к окружающим, равнодушна к социальным проблемам, жаждет заслужить милость Аллаха, Всевышнего и, конечно, активна в решении социальных проблем. Все эти заслуги должны воплощаться в искренне верующей женщине» (Зиганшина 2012).

В Уфе ЦДУМ ежегодно проводит Всероссийский форум женственности, на котором обсуждаются проблемы «нравственности, семьи, воспитания детей, вопросы самореализации мусульманки в социуме и влияния на судьбы общества и страны». Мероприятие сопровождается выставкой-продажей халяльных товаров и услуг и завершается конкурсом среди замужних женщин «Суперневестка», для участия в котором необходимо письменное разрешение от мужа и рекомендация свекрови (В Уфе... 2017). Мероприятие носит закрытый и развлекательный характер, не нацелено на решение проблем мусульманской женщины в обществе, связанных со стереотипами и недоверием.

Похожая ситуация в исламских медиа. Мусульманки не пытаются вступить в диалог с обществом, чаще всего отстаивают свою обособленность и требуют особых прав. Чтобы найти достоверную информацию

⁴ URL: www.instagram.com/mamedova_aydan/ (дата обращения: 12.05.2021).

⁵ URL: www.instagram.com/doctorsafiya/ (дата обращения: 15.05.2021).

⁶ URL: <https://vk.com/ummabdillah> (дата обращения: 16.05.2021).

о статусе мусульманской женщины, исламские сайты рекомендуют «немусульманской» части общества читать Коран и хадисы. Например, они выступают за возможность носить хиджаб без смущения и не обращая внимания на предвзятое отношение со стороны окружающих, за право отсутствовать в рабочее время на намазе и пятничной проповеди. Исламские СМИ подчеркивают, что по религиозным канонам статус женщины высок. Дискриминацию женщин в семье и обществе связывают с нарушением женщинами религиозных заповедей.

В реальной жизни, как показывают наши полевые исследования, режим видимости мусульманок включает подчеркнутую набожность и благочестивость, между женщинами имеет место соперничество в том, что касается исполнения религиозных обрядов, предписаний и запретов по поводу одежды, послушания и скромности по отношению к противоположному полу.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Возможности интернета используются верующими для улучшения имиджа той или иной религии. Источником значительной части информации для традиционных видов СМИ (таких как телевидение, радио и пресса) является интернет, глобальная сеть прямо или косвенно влияет на формирование образов и режимов видимости. Интернет заполняется реальными людьми, и информация, размещенная в сети, становится отражением социальной реальности. Для изменения отношения к исламу, преодоления разного рода фобий мусульмане создают базу исламских интернет-ресурсов и привлекают внимание к ним и последователей ислама, и широкой общественности, информируя о своих традициях, обычаях и т. п.

В рассматриваемой нами проблеме пересекаются категории религии, пола и политики. Негативный образ мусульманки, имеющий место в российских СМИ, свидетельствует о существовании исламофобии. Это приводит к использованию мусульманами интернета в качестве платформы для борьбы с информационной дискриминацией. В то же время некоторые СМИ (в том числе и интернет-ресурсы) подогревают ощущение растущей опасности ислама у немусульман. Взаимное недоверие растет.

Режим видимости мусульманки, транслируемый исламскими медиа, включает красоту, женственность, богобоязненность и не справляется со сложившимся негативным образом мусульманки в обществе, противопоставляя таким серьезным негативным характеристикам, как отсталость и агрессивность, домашнее хозяйство и семейные ценности. Положение мусульманки усугубляет ее закрытость для общества, как и демонстрация внешних признаков религиозности, акцент на развитии «женских качеств», а не стремление продемонстрировать свою образованность и просвещенность.

Изучая в гендерном аспекте материалы исламских медиа, следует согласиться с тем, что в России сложилась специфическая ситуация: женщины, которые исповедуют ислам, борются за свои религиозные права под статусом феминисток. Между тем это движение, распространившееся в восточных странах, Европе и США, среди мусульман в России не находит отклика. Организованного исламского феминистского сообщества в стране нет (Гусманова 2017). Мобилизация мусульманок в интернете не является борьбой за равные права с мужчинами, а представляет собой борьбу со сложившимися стереотипами об исламе в обществе, которая развивается в двух направлениях — преодоление негативных представлений об исламе в целом и борьба с общественным мнением за право выполнять предписания религии. Если в Европе многие исламские СМИ распространяют феминистские взгляды, то в России мы этого не наблюдаем.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

Айгуль Габайдулина // ВКонтакте. URL: <https://vk.com/ummabdillah> (дата обращения: 20.04.2021).

Айдан Мамедова // Instagram. URL: https://www.instagram.com/mamedova_aydan/ (дата обращения: 15.04.2021).

Александра Головкова // Instagram. URL: <https://www.instagram.com/golovkova.s/> (дата обращения: 18.04.2021).

Белоруссова С. Ю., Головнёв А. В. Виртуальная этничность — новация на фоне традиции? (Введение в тему) // Сибирские исторические исследования. 2019. № 2. С. 36–40.

В России за три года доля православных сократилась, мусульман — возросла, 17 декабря 2012 г. // ИА Regnum. URL: <https://regnum.ru/news/1605531.html#ixzz2mnq3ThZy> (дата обращения: 25.03.2021).

В Уфе состоялся V Всероссийский форум женственности, 3 декабря 2017 г. // Центральное духовное управление мусульман России. URL: <http://www.cdum.ru/news/44/8942/> (дата обращения: 15.11.2020).

Гнедаш А. А. Женские сообщества в Online-пространстве: «Режимы видимости» в публичной политике РФ // Человек. Сообщество. Управление. 2012. № 1. С. 97–103.

Горалик Л. Ахмад-хаджи Абдулаев: «Сегодня исламский мир стоит на пороге появления в Шариате новых адабов», 3 октября 2011 г. // Islam.ru: исламский информационный портал. URL: <http://islam.ru/content/analytics/30218> (дата обращения: 25.03.2020).

Гришаева Е. Религия в медиатизированных публичных пространствах Скандинавских стран: между секулярной нейтральностью и национализмом // Социологическое обозрение. 2019. Т. 18. № 4. С. 299–319.

Гусманова А. Феминизм в исламе: Как женщины-мусульманки отстаивают свои права, 24 октября 2017 г. // Enter. URL: <https://entermedia.io/people/feminizm-v-islame-kak-zhenshiny-musulmanki-otstaiyayut-svoi-prava/> (дата обращения: 20.09.2020).

Запротова М. Есть ли в России исламофобия, и почему русские обращаются в ислам?: доклады в МВШСЭН, 16 октября 2019 г. // Mbknews.today. URL: <https://mbknews.today/sences/est-li-v-rossii-islamofobiya/> (дата обращения: 25.11.2019).

Зиганишина Н. Образ современной мусульманки в России: [доклад], 5 мая 2012 г. // Централизованная религиозная организация Духовное управление мусульман Российской Федерации: официальный сайт. URL: <http://dumrf.ru/dumer/speeches/3375> (дата обращения: 15.04.2021).

Информационные материалы об окончательных итогах Всероссийской переписи населения 2010 г. URL: www.gks.ru/free_doc/new_site/perepis2010/perepis_itogi1612.htm (дата обращения: 25.09.2019).

Кавказский узел, 31 августа 2012 г. URL: <https://www.kavkaz-uzel.eu/articles/179683/> (дата обращения: 25.03.2020).

Как выглядит и кто такая современная мусульманка // Muslim Fashion — все о мусульманской моде. URL: https://muslimfashion.ru/news/muslim_news/modern_muslim_women_how_they_look_like (дата обращения: 10.09.2021).

Коломбант Н. Активисты раскрывают позитивный образ исламских женщин, 8 марта 2010 г. // VOАэкспресс. URL: <https://www.golos-ameriki.ru/a/muslim-woman-misconceptions-2010-03-08-86878007/183394.html> (дата обращения: 15.04.2020).

Кузина Н. В. Семантика и контекст лексем «ислам» и «мусульманин» в современном российском официальном информационном пространстве и в актуальном общественном сознании (анализ федеральных СМИ, новостных агрегаторов, запросов пользователей сети Интернет) // Российский ислам в трансформационных процессах современности: новые вызовы и тенденции развития в XXI в.: сборник научных статей / Отв. ред. З. Р. Хабибуллина. Уфа: Диалог, 2017. С. 155–167.

Магомедрасулов М. К каким грехам приводит Интернет? 29 апреля 2015 г. // Islam.ru: исламский информационный портал. URL: <http://islam.ru/content/veroeshenie/43875> (дата обращения: 17.04.2021).

Медиастереотипы, разрушающие жизнь мусульманки, 23 февраля 2014 г. // Islamtoday. URL: http://islam-today.ru/zhenshhina_v_islame/media-stereotipy-razrusausie-zizn-musulmanki/ (дата обращения: 20.04.2021).

Мифы о мусульманских женщинах, 5 июля 2017 г. // Ислам и семья: Исламский информационный духовно-просветительский портал. URL: <http://islamisemya.com/mify-o-musulmanskich-zhenshchinakh.html#prettyPhoto> (дата обращения: 20.03.2021).

Мусульман призывают отказаться от селфи во время хаджа, 10 марта 2014 г. // Nur.kz: казахстанский портал. URL: <https://www.nur.kz/amp/334256-musulman-prizyvayut-otkazat-sya-ot-selfi-vo-vremya-hadzha.html> (дата обращения: 25.03.2020).

Начало встречи с муфтиями духовных управлений мусульман России, 22 октября 2013 г. // Официальные сетевые ресурсы Президента России. URL: <http://kremlin.ru/events/president/transcripts/19474> (дата обращения: 15.04.2021).

Попова В. О., Березина Е. А. Роль средств массовой информации в построении образа социального мира // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2015. № 2 (22). С. 88–94.

Приветствие муфтия Равиля Гайнутдина участницам Всероссийской конференции «Роль женщины в современном обществе», 9 ноября 2013 г. // Централизованная религиозная организация Духовное управление мусульман Российской Федерации: официальный сайт. URL: <http://dumrf.ru/dumer/documents/7770> (дата обращения: 15.04.2021).

Пятков В. П. Современная религиозная ситуация в Республике Башкортостан // Ислам и государство в России: сборник материалов Международной научно-практической конференции, посвященной 225-летию Центрального духовного управления мусульман России — Оренбургского магометанского духовного собрания. Уфа, 22 октября 2013 г. Уфа: ГУП РБ «Уфимский полиграфкомбинат», 2013. С. 5–7.

Рагозина С. А. Анализ лексической сочетаемости лексемы «ислам» в российских печатных СМИ (2010–2013) // Исламоведение. 2017. № 8 (1). С. 112–130.

Рагозина С. А. Все еще ориентализм: как Запад видит ислам в Интернете? Рецензия на: Bunt G. R. (2018) *Hashtag Islam. How Cyber-Islamic Environments Are Transforming Religious Authority*. Chapel Hill: University of North Carolina Press // Государство, религия, церковь в России и за рубежом. 2020. № 2 (38). С. 414–422.

Решетняк А. М. Ислам в русскоязычном Интернете: специфика и статистика // Материалы Всероссийской научно-практической интернет-конференции с международным участием. Томск: Изд-во ТГУ, 2009. С. 206–208.

Сафия Умм Ибрагим // Instagram. URL: <https://www.instagram.com/doctorsafiya/> (дата обращения: 21.02.2020).

Сидеть или не сидеть мусульманам в Интернете? 27 января 2015 г. // Islam-today. URL: <https://islam-today.ru/obsestvo/nauka-i-tehnologii/sidet-ili-ne-sidet-musulmanam-v-internete/> (дата обращения: 10.02.2020).

Соболева А. С. К вопросу об образе женщины-мусульманки в российском информационном пространстве // Статус женщины-мусульманки в поликонфессиональном обществе: история и современность: сборник материалов Международной научно-практической конференции и круглого стола / Под общ. ред. И. В. Фроловой, Л. И. Газизовой. Уфа: Мир печати, 2016. С. 105–111.

Сулейманова Ш. С. Образ мусульман в федеральных СМИ: мифы о «чужаках» и «врагах России» как угроза единству нации // Ислам в современном мире. 2015. № 11 (1). С. 135–142.

Bunt G. Islam@Britain.net: “British Muslim” Identities in Cyberspace // Islam and Christian-Muslim Relations. 1999. № 10 (3). P. 353–362.

Khabibullina Z. “Traditional Islam” in the Discourse of Religious Associations, Ethnic Organizations and Government Structures in Bashkortostan // The Concept of Traditional Islam in Modern Islamic Discourse in Russia / Ed. R. Bekkin. Sarajevo: CIP, 2020. P. 203–232.

Korf A. Dar al-Cyber Islam: Women, Domestic Violence and the Islamic Reformation on the World Wide Web // Journal of Muslim Minority Affairs. 2005. № 3 (25). P. 368–383.

Lövheim M. A Voice of Their Own: Young Muslim Women, Blogs and Religion // Media-tization and Religion: Nordic Perspectives / Eds S. Hjarvard, M. Lövheim. Göteborg: Nordicom, 2012. P. 129–147.

Lövheim M. New Media, Religion, and Gender: Young Swedish Female Bloggers // Religion across Media. From Early Antiquity to Late Modernity / Ed. K. Lundby. Berlin: Peter Lang, 2013. P. 153–168.

Rigoni I. Media and Muslims in Europe // Yearbook of Muslims in Europe 1 / Ed. Jorgen S. Nielsen. Leiden; Boston: Brill, 2009. P. 475–505.

Varisco D. M. Muslims and the Media in the Blogosphere // Contemporary Islam. 2010. Vol. 4. № 1. P. 157–177.

REFERENCES

Belorussova S. Yu., Golovnev A. V. [Is Virtual Ethnicity a Novel Phenomenon in the Context of Tradition? (Introduction to the Special Issue Theme)]. *Sibirskie istoricheskie issledovaniia* [Siberian Historical Research], 2019, no. 2, pp. 36–40. (In Russian).

Bunt G. Islam@Britain.net: “British Muslim” Identities in Cyberspace. *Islam and Christian-Muslim Relations*, 1999, no. 10 (3), pp. 353–362. (In English).

Gnedash A. A. Zhenskies soobshchestva v Online-prostranstve: “Rezhimy vidimosti” v publichnoy politike RF [Women’s Communities in the Online Space: “Regimes of Visibility” in Public Policy of the Russian Federation]. *Human. Community. Management*, 2012, no. 1, pp. 97–103. (In Russian).

Grishaeva E. [Religion in the Mediatized Public Spaces in Scandinavian Countries: Between Secular Neutrality and Nationalism]. *Sotsiologicheskoe obozrenie* [Russian Sociological Review], 2019, vol. 18, no. 4, pp. 299–319. (In Russian).

Khabibullina Z. “Traditional Islam” in the Discourse of Religious Associations, Ethnic Organizations and Government Structures in Bashkortostan. *The Concept of Traditional Islam in Modern Islamic Discourse in Russia*. Ed. R. Bekkin. Sarajevo: CIP, 2020, pp. 203–232. (In English).

Korf A. Dar al-Cyber Islam: Women, Domestic Violence and the Islamic Reformation on the World Wide Web. *Journal of Muslim minority affairs*, 2005, no. 3 (25), pp. 368–383. (In English).

Kuzina N. V. [Semantics and Contexts of the Lexemes Islam and Muslims in the Modern-day Russian Official in Formation Space and in Current Public Awareness (analysis of federal mass media, news aggregators, user queries to the Internet)]. *Rossiiskii islam v transformatsionnykh protsessakh sovremennosti: novye vyzovy i tendentsii razvitiia v 21 veke: Sbornik nauchnykh statei* [Islam in Russia during today’s transformation processes: New challenges and development trends in the 21st century]. Ufa: Dialog Publ., 2017, pp. 155–167. (In Russian).

Lövheim M. A Voice of Their Own: Young Muslim Women, Blogs and Religion. *Mediatization and Religion: Nordic Perspectives* / Eds S. Hjarvard, M. Lövheim. Göteborg: Nordicom, 2012, pp. 129–147. (In English).

Lövheim M. New Media, Religion, and Gender: Young Swedish Female Bloggers. *Religion across Media. From Early Antiquity to Late Modernity*. Ed. K. Lundby. Berlin: Peter Lang, 2013, pp. 153–168. (In English).

Piatkov V. P. [The current religious situation in the Republic of Bashkortostan]. *Islam i gosudarstvo v Rossii: sbornik materialov Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii, posvyashchenoy 225-letiyu Tsentralnogo duhovnogo upravleniya musulman Rossii — Orenburgskogo magometanskogo duhovnogo sobraniya. Ufa, 22 oktyabrya 2013 g.* [Islam and the state in Russia: collection of materials from the International Academic

Conference to mark the 225th anniversary of the Central Spiritual Administration of Muslims of Russia — the Orenburg Muslim Spiritual Assembly. Ufa, 22 October, 2013]. Ufa: GUP RB Ufimskiy poligrafkombinat Publ., 2013, pp. 5–7. (In Russian).

Popova V. O., Berezina E. A. [Role of Mass Media in Formation of Stereotypes of Mass Consciousness]. *Vestnik Permskogo universiteta. Filosofii. Psikhologii. Sotsiologii* [Perm University Herald. Series “Philosophy. Psychology. Sociology”], 2015, no. 2 (22), pp. 88–94. (In Russian).

Ragozina S. A. [Still Orientalism: How Does the West View Islam on the Internet? Review on: Bunt G. R. (2018) *Hashtag Islam. How Cyber-Islamic Environments are Transforming Religious Authority*. Chapel Hill: University of North Carolina Press]. *Gosudarstvo, religii, tserkov' v Rossii i za rubezhom* [State, Religion, Church in Russia and abroad], 2020, no. 2 (38), pp. 414–422. (In Russian).

Ragozina S. A. [The co-occurrence range of the word Islam in the Russian Print Media (2010–2013)]. *Islamovedenie* [Islamic Studies], 2017, no. 8 (1), pp. 112–130. (In Russian).

Reshetniak A. M. [Islam in the Russian-speaking Internet: specifics and statistics]. *Materialy Vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi internet-konferentsii s mezhdunarodnym uchastiem* [Materials of the All-Russian scientific and practical Internet conference with international participation]. Tomsk: TSU Publishing House Publ., 2009, pp. 206–208. (In Russian).

Rigoni I. Media and Muslims in Europe. *Yearbook of Muslims in Europe 1*. Ed. Jorgen S. Nielsen. Leiden and Boston: Brill, 2009, pp. 475–505. (In English).

Soboleva A. S. [About the Image of Muslim Women in the Russian Media]. *Status zhenshchiny-musul'manki v polikonfessional'nom obshchestve: istoriya i sovremennost': sbornik materialov Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii i kruglogo stola* [The Status of a Muslim Woman in a Multi-confessional Society: History and Modernity: a Collection of Materials from the International Scientific and Practical Conference and Round Table]. Ufa: Mir pechati Publ., 2016, pp. 105–111. (In Russian).

Suleymanova Sh. S. *Obraz musul'man v Federal'nykh SMI: mify o “chuzhakakh” i “vragakh Rossii” kak ugroza edinstvu natsii* [The Image of Muslims in the Federal Mass Media: The Myth of “Outsiders” and “Enemies of Russia” as a Threat to the Unity of the Nation]. *Islam v sovremennoy mire* [Islam in the Modern World], 2015, no. 11 (1), pp. 135–142. (In Russian).

Varisco D. M. Muslims and the Media in the Blogosphere. *Contemporary Islam*, 2010, no. 4 (1), pp. 157–177. (In English).

Submitted: 10.06.2021

Accepted: 19.07.2021

Article published: 15.12.2021