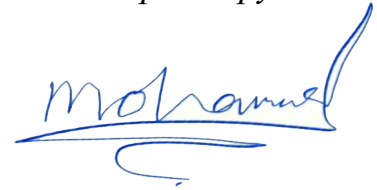


На правах рукописи



Абухамдия Мохаммед А. Х.

**ОБРАЗ ЖЕНЩИНЫ-МУСУЛЬМАНКИ
В АНГЛОСАКСОНСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ**

Специальность 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискании ученой степени
кандидата филологических наук

Москва – 2024

Работа выполнена на кафедре теории и истории журналистики филологического факультета Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы» (РУДН)

Научный руководитель:

Матвиенко Валентин Викторович, кандидат филологических наук (10.01.10), доцент, доцент кафедры теории и истории журналистики филологического факультета Российского университета дружбы народов имени Патриса Лумумбы

Официальные оппоненты:

Бушев Александр Борисович, доктор филологических наук (10.02.01), доцент, профессор кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью филологического факультета Тверского государственного университета;

Желтухина Марина Ростиславовна, доктор филологических наук (10.02.19), профессор, профессор РАО, академик РАЕН, директор, главный научный сотрудник научно-образовательного центра «Человек в коммуникации» Пятигорского государственного университета;

Дунас Денис Владимирович, кандидат филологических наук (10.01.10), ведущий научный сотрудник кафедры теории и экономики СМИ факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, доцент РАО, главный редактор научного журнала «Медиаальманах» (Перечень ВАК РФ).

Защита диссертации состоится **19 апреля 2023 года** в 13:30 на заседании диссертационного совета ПДС 0500.007 при ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы» по адресу: 117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д.10/2, ауд.730.

С диссертацией можно ознакомиться в Учебно-научном информационном библиотечном центре (Научной библиотеке) Российского университета дружбы народов по адресу: 117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д.6.

Объявление о защите и автореферат размещены на сайтах <https://vak.minobrnauki.gov.ru/> и <https://www.rudn.ru/science/dissovet/>

Автореферат разослан 19 марта 2024 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета ПДС 0500.007
кандидат филологических наук

 Н. Е. Расторгуева

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования. Работа посвящена исследованию социального образа женщины-мусульманки в англосаксонских СМИ. Актуальность исследования заключается в возрастающем внимании, которое в последнее время уделяется исламу не только как религии, но и как общественно-политическому явлению. Возросшее внимание можно объяснить, прежде всего, тем, что развитие глобализации привело к многогранности этноконфессиональной проблемы и формированию «мультиконфессиональных обществ» в большинстве стран. Распространение такого религиозного явления, как ислам позволило европейцам столкнуться лицом к лицу с совершенно другой культурой, другими обычаями, традициями и жизненными принципами. Полноценное участие женщин в социальной, экономической, политической и культурной жизни страны является результатом борьбы за равные права и возможности феминистских движений на Западе на протяжении длительного периода времени, что, в свою очередь, не всегда заметно сегодня. Мусульманские женщины находятся в совершенно ином положении, чем европейские, отдавая приоритет исламскому религиозному мировоззрению. Ссылаясь на священное исламское писание, Священный Коран, мы можем найти следующее утверждение: *«Мужчины являются попечителями женщин, потому что Аллах дал одним из них преимущество перед другими, и потому что они расходуют из своего имущества. Праведные женщины покорны и хранят то, что положено хранить, в отсутствие мужей, благодаря заботе Аллаха. А тех женщин, непокорности которых вы опасаетесь, увещивайте, избегайте на супружеском ложе и побивайте. Если же они будут покорны вам, то не ищите пути против них. Воистину, Аллах – Возвышенный, Большой»*¹. Однако это не означает, что у мусульманских женщин нет прав; они могут участвовать во всех социальных, экономических и политических сферах. Существует множество мусульманских феминистских движений и множество мусульманских активисток, которые борются за равные права и возможности для мужчин и женщин, не выходя за рамки религии. Однако мы можем судить об этом лишь в конкретных, известных нам случаях. В противном случае мусульманские женщины отдают приоритет семье и религии и покорно подчиняются своим мужьям и родителям.

В средствах массовой информации и политической науке западных стран получил распространение стереотипный образ ислама, настолько не знающий рамок объективности, что можно говорить об искаженном образе ислама в рамках якобы европейского мультикультурализма. Этот стереотип сложился исторически и, как правило, вызывает у аналитиков стойкое «желание» строить его на истоках «конфликта между Востоком и Западом» и «христианско-мусульманского» противостояния, начиная со времен Крестовых походов. Важнейшим следствием такого противостояния является несходство ценностей двух культур, которые до сих пор находятся в состоянии конфликта и чаще порождают взаимные обвинения, чем способствуют взаимопониманию.

Этот конфликт, несмотря на многочисленные попытки конструктивного диалога на протяжении всей истории, а также интенсивный культурный обмен и

¹The Holy Qur'an. Surah An-Nisa 4:34. Translation by Dr. Mustafa Khattab, the Clear Qu'ran URL: <https://quran.com/4>

новые горизонты мировой интеграции, проявляется во взаимном недоверии, подозрительности, а иногда и прямой враждебности.

(Примечание автора: достаточно вспомнить события, связанные с книгой Салмана Рушди, когда в конце 80-х годов духовный лидер Ирана аятолла Хомейни расценил содержание книги Рушди как оскорбление ислама и приговорил ее автора к смертной казни. Действия иранского лидера вызвали протест мирового сообщества, но приговор не был отменен даже после смерти Имама Хомейни. С тех пор Салман Рушди вынужден скрываться и жить под защитой британских спецслужб. Показателен и скандал, принявший мировой масштаб в связи с карикатурами на Пророка Мухаммеда во французском журнале «Шарли Эбдо»).

Важнейшим стереотипным представлением об исламе, сформировавшимся и укоренившимся в западноевропейской культуре, является образ ислама как источника вражды, ненависти, угрозы Западу и его ценностям. Сформировавшись в ходе истории, этот негативный стереотип приобрел доктринальный, идеологический характер. Сегодня широко распространено заблуждение, что Восток, представленный исламом, представляет наибольшую угрозу для западной цивилизации.

Превосходство Запада в последние столетия и колониальная политика придали этому стереотипу новый оттенок, возведя его до уровня идеи почти абсолютной несовместимости двух миров. Поэтому отношения между сторонами не только не улучшились, но и стали еще более напряженными и нестабильными.

Чем больше углубляется и расширяется пропасть, искусственно поддерживаемая правительствами, тем выше становится эффективность стереотипов, тиражируемых учебными и научными книгами, историческими произведениями, художественной литературой и средствами массовой информации. Эти стереотипы возводятся в политические и «стратегические» теории, такие как теория столкновения цивилизаций. Предпринимаются попытки доказать невозможность культурной «встречи» разных цивилизаций и народов. Эта гипотеза начала решительно прокладывать себе путь в западной политической науке. Опасность этого тезиса состоит в том, что он, с одной стороны, воспроизводит указанный стереотип на академическом уровне, а с другой стороны, оказывается способным влиять на развитие реальной политики.

Эти стереотипы об исламе в массовом сознании являются результатом целенаправленной политики СМИ. Таким образом, клише и стереотипы могут сыграть очень опасную роль в манипулировании общественным сознанием, например, когда необходимо заручиться его поддержкой военных интервенций. Результаты такой манипуляции были весьма заметны в последние два десятилетия, особенно после событий 11 сентября 2001 года.

События 11 сентября 2001 года стали отправной точкой для соединения стереотипов и идеологических концепций. Растет влияние клишированных и стереотипных представлений об исламе и арабах на политическую литературу и средства массовой информации в западных странах в целом и в Соединенных Штатах в частности. Можно сказать, что образ ислама как религии и культуры в этих странах, по сути, совпал с негативными представлениями о нем. Мировая религия и огромная часть человечества изображаются как угроза развитию человеческой цивилизации. Эта тема стала занимать особое место в деятельности

СМИ: именно они занимаются воспроизведением подобных стереотипов, о чем свидетельствует содержание информационных выпусков, аналитических программ и фильмов. Современные СМИ, особенно американские, играют огромную роль в формировании массового сознания не только в США, но и за рубежом. Отсюда вытекает важность изучения роли западных СМИ и западной политологии в производстве, воспроизводстве и «утверждении» новых форм старых стереотипных представлений об исламе в целом и об арабах в частности.

Цель и задачи исследования. Целью настоящего исследования является выявление стереотипных представлений об исламе в целом и женщины-мусульманке в частности в медиадискурсе англосаксонских стран в контексте исторической ретроспективы 2001-2021 гг., а также социально-исторических предпосылок формирования таких представлений и их возможных последствий для медиакommunikационных процессов взаимодействия исламского мира и Запада.

Достижение этой цели предполагает решение следующих научных задач:

- выявление исторических предпосылок формирования стереотипов, связанных с исламом и мусульманами;
- рассмотрение процесса развития различных стереотипных образов ислама и арабов в западном медиадискурсе;
- обоснование причин возникновения стереотипных представлений об исламе и арабах в СМИ западных стран;
- анализ механизма влияния СМИ на производство и воспроизводство стереотипных представлений об исламе;
- рассмотрение прямого и косвенного влияния стереотипных образов ислама на западную (англо-американскую) медиакommunikационную среду;
- раскрытие стереотипного образа ислама в ракурсе его негативного влияния на взаимоотношения Запада и исламского мира;
- выявление признаков трансформации образа мусульман, женщины-мусульманки в медиатекстах Великобритании, США и Канады.

Объект исследования – англосаксонские массмедиа (Великобритания, США, Канада).

Предметом исследования является специфика отражения образа мусульман и женщины-мусульманки в англосаксонском медиадискурсе в исторической ретроспективе 2001-2021 гг.

Степень научной разработанности темы (обзор литературы).

Вопрос о проблеме социального статуса мусульманок не является ни новым, ни окончательно решенным. Хотя в западной, мусульманской и отечественной науке проводились многочисленные исследования, освещение многих проблем, связанных с этой темой, не является объективным. Пожалуй, ни одна тема не привлекает такого внимания и не обрастает таким количеством заблуждений, толкований и, наконец, не отличается такой степенью непонимания, как вопрос об истинном положении женщины-мусульманки. СМИ являются основным источником информации западных людей об исламской мировой культуре. Зачастую именно от них зависит бесконфликтное сосуществование мусульман и коренного населения на Западе. Это не единственный фактор, но он очень существенный. В прессе часто освещается стереотипный образ женщины-мусульманки, что возводит барьеры в культурном диалоге. Именно поэтому этот

вопрос актуален как никогда. Анализ западноевропейской прессы позволяет выявить тенденцию формирования общественного мнения относительно образа женщины-мусульманки. Стереотипные формы были и останутся предметом политических, культурных, философских, публицистических и исторических исследований. Подобные формы составляют важнейшую часть исследований проблем взаимоотношений «христианского» Запада и «мусульманского» Востока. Многие ученые посвятили этой теме специальные исследования, учитывая роль этих стереотипов в ухудшении отношений между цивилизациями и политическими системами.

Некоторые авторы уделяют особое внимание влиянию политических конфликтов на формирование стереотипных образов ислама: такой подход можно проследить в работах Фреда Холлидея и Грэма Э. Фуллера².

Другие исследователи акцентируют внимание на изучении истории формирования и воспроизводства стереотипов в современном западном культурном сознании, анализируя специфику их проявления в учебниках, энциклопедиях, исторических трудах. Примерами могут служить работы Аффифа аль-Буни, Мустафы Халеди, Омара Фарруха и некоторых других ученых³.

Ряд исследователей акцентирует внимание на изучении роли западных восточных школ в закреплении многочисленных стереотипов относительно Востока и ислама. Примеры таких авторов включают Эдварда Саида, Махмуда Закзук и Наджиба аль-Хакики⁴.

Исследования средств массовой информации, в частности американских и британских, показывают различные модели и формы производства и использования стереотипных образов ислама в политических и пропагандистских целях. Примерами этих исследований являются работы Герберта Шиллера, Эдмона Гариба, Мухаммада Камаль ад-Дина и других⁵.

Некоторые ученые обращают внимание на арабскую личность и ее стереотипные образы в американской прессе и кинопроизводстве. Особенно эта тема проявляется в исследованиях, проведенных Джеком Шахином, Ахмадом Ра-Фатом и Гази Зейном Авадаллахом⁶.

²Fred Halliday. *Islam and the West: Confrontation, Religion and Politics in the Middle East*. Dar al-Saha, 1997 (in Arabic, lang.); Graham Fuller, Ayan Lesser. *Islam and the West: Between Cooperation and Confrontation*. Cairo: Al-Ahram Publishing Center for Translation, 1977 (in Arabic).

³Afif al-Buni. *The Image of Arabs in Western Consciousness: Based on Materials of Western Scientific Encyclopedias // Al-Mustakbal al-Arabi*. Beirut, No. 151, July 1987 (in Arabic); Mustafa al-Khaledi, Omar Farrukh. *Missionary and Colonialism*. Beirut: Al-Maktaba al-Asriya, 1982 (in Arabic).

⁴Edward Said. *Oriental studies / per. Kamal Abu Dib*. Beirut: Mu'assat al-Abhas al-Arabiyya, 1981 (in Arabic); Mahmoud Hamdi Zakzuk. *Oriental studies: ideological and civilizational background*. Doha, 1404 (x.) (In Arabic, lang.); Najib al-Hakiki. *Orientalists*. T. 4. Cairo: Dar al-Maarif, 1981 (in Arabic).

⁵Herbert Schiller. *Playing with minds*. Kuwait: National Council for Culture, Arts and Literature. Series "World of Knowledge", No. 106. 1986 (in Arabic, lang.); Edward Side. *Stereotyping Islam: how Western media control the formation of the consciousness and mentality of others*. Beirut: Muassasat al-ittihad al-Arabiyya, 1983 (in Arabic); Edmond Garib. *American Media and Arabs // Western Media and Arabs*. London: Articles and Materials of the International Journalism Seminar, 1979; Muhammad Kamal al-Din Imam. *The Image of Islam in Western Media. An abstract published in the Sharia Faculty of the Islamic University of Imam Muhammad bin Saud Riyadh*, 1405 H. (in Arabic).

⁶Jack Shaheen. *The personality of an Arab on American television // "Al-Arabi"*. Kuwait. No. 340. March 1987 (in Arabic, lang.); Ahmad RafatBahjat. *Arab personality in Western cinema*. Cairo: Cairo Film Club, 1998 (in Arabic); Gazi Zane Avadallah. *Arab in the American press*. Jeddah: Tihama, 14/06/1985 (in Arabic).

Особое внимание также уделено роли арабо-израильского конфликта в активизации и распространении антиисламской пропаганды, которой сионистское лобби и принадлежащие ему СМИ занимается созданием негативного образа ислама и арабов. Эти аспекты можно наблюдать в работах многих ученых, в том числе М. Сулеймана, Дж. Терри, Р. Трайса и других⁷.

Что касается острой темы связи антиисламских стереотипов и их враждебности к другим религиям, то в этой связи следует упомянуть работы таких ученых, как Ноам Хомский, Мартин Шоу, Брюс Линг и др.⁸

Следует отметить синтетический характер научных исследований, посвященных теме «мусульманские женщины», которые составляют теоретическую основу данной диссертационной работы. С концептуально-теоретических позиций тема образа женщины-мусульманки изучается в работах С. А. Айвазова, М. Арбатова, Л. В. Бабаева, Е. П. Ильина, Г. Г. Силласте и др. Практическому применению и влиянию общества на положение мусульманских женщин посвящены работы следующих авторов: М. В. Ищенко, Кифах аль-Хаддад, Дж. Раджабова, А. Темкиной, Г. Шариповой.

Обилие публикаций, затрагивающих проблему стереотипных образов ислама в их связи с развитием политической ситуации в мире, указывает на необходимость углубленного анализа стереотипного образа ислама, его исторических предпосылок, механизмов формирования и пропаганде негативного образа ислама и арабов в общественном сознании, особенно в англо-американской политической науке и западных СМИ.

Основой для проведения данного научного исследования также послужили труды российских ученых, занимающихся проблемами медиадискурса (Зиновьева Е. С., Никитина К. В., Пратюкова Р. В., Анненкова И. В., Ишменев Е. В., Егорова Э. В., Борисова С. А., Крашенинникова Н. А., Осетрова О. И., Бушев А. Б., Вартанова Е. Л., Гладкова А. А., Дунас Д. В., Желтухина М. Р., Москалев И. Ю.⁹) и

⁷Suleiman M. National Stereotypes as Weapons in the Arab-Israeli Conflict // Journal of Palestine Studies 3 (Spring 1977); Suleiman M. An Evaluation of Middle East News Coverage in Seven American News Magazines // Middle East forum. LXL. N. 2 (late Autumn, 1965); Terry J., Mendenhall G. 1973 U.S. Press Coverage on Middle East // Journal of Palestine Studies. V. 4. N LP. 120-133; Trice R. The American Elite press and the Arab-Israeli conflict // The Middle East Journal (Summer 1979).

⁸Noam Chomsky. Media and the Gulf War. N/p., 1992 (in Arabic, lang.); Martin Shaw. Civil Society and Media in Global Crises: representing distant violence. London: Pinter, 1996; Bruce Ling. War and television. B.m., 1992 (in Arabic).

⁹ Зиновьева Е. С. Исследование дискурса в рамках медиалингвистики // Верхневолжский филологический вестник. 2016. № 3. С. 37; Никитина К. В. Технологии речевой манипуляции в политическом дискурсе СМИ (на материале газет США): автореф. дисс.... канд. филол. науки. Уфа, 2006. С. 14; Патюкова Р. В. Медиадискурс: специфика формирования социокультурной коммуникации в медиaprостранстве: монография. Кубанский государственный университет. – Краснодар: КубГУ, 2021. – 184 с.; Анненкова И. В. Медиадискурс XXI века: лингвофилософский аспект языка СМИ. – Москва: Фак. журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова: Изд-во Московского ун-та, 2011. – 390 с.; Ишменев Е. В. Политический медиадискурс: теория и национальные модели. Екатеринбург: Дискурс-Пи, 2012. – 127 с.; Политический стереотип в медиадискурсе [Текст]: монография / Э. В. Егорова, С. А. Борисова, Н. А. Крашенинникова, О. И. Осетрова; Министерство образования и науки РФ, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Ульяновский государственный университет". – Ульяновск: Ульяновский гос. ун-т, 2017. – 159 с., Бушев А. Б. Глобальные тренды мировой политики и глобальный медиадискурс // Информациa–Коммуникациa–Общество. 2020. Т. 1. С. 22-26, Vartanova E.L., Gladkova A.A., Dunas D.V. On representation of conflict in modern academic discourse // Online Media and Global Communication. 2023. Т. 1. № 4. С. 794-814, Желтухина М. Р., Москалев И. Ю. Портретная виртуализация эмоций через образность в австрийском и британском художественном дискурсе // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2022. № 3 (166). С. 236-245.

медiateкстов (Майданова Л. М., Дзялошинский И. М., Ерофеева И. В., Богуславская В. В., Тепляшина А. Н., Толстокулакова Ю. В.¹⁰).

Научная новизна исследования состоит в том, что в нем впервые:

- рассмотрены исторические предпосылки формирования стереотипных представлений об исламе, арабах, женщине-мусульманке в медиадискурсе западных стран (англосаксонских);
- выявлена роль этих стереотипных представлений и их влияние на западную общественно-политическую мысль;
- доказано прямое и косвенное отражение стереотипных образов ислама в целом и женщины-мусульманки в частности в теоретической мысли и общественном сознании западных стран в контексте медийного дискурса;
- проанализирован феномен современного исламизма с позиций медиакommunikационного воздействия;
- определены и систематизированы признаки негативной стереотипизации медиаобраза.

Хронологические рамки исследования преимущественно охватывают период с 2001 по 2021 годы, что обусловлено изменениями в восприятии образа мусульман и женщины-мусульманки после событий сентября 2001 года по современный период.

Теоретическая значимость исследования состоит в углублении теоретических подходов к изучению роли СМИ в формировании медиаобраза и его стереотипизации; в уточнении теоретических подходов к оценке стереотипных представлений об исламе в целом и образе женщины-мусульманки в медиадискурсе англосаксонских стран; в расширении представлений о ценности изучения стереотипов и механизма их влияния через медиавоздействие на принятие политических решений крупными и малыми государствами; в теоретическом обосновании научного подхода к изучению негативного стереотипного образа ислама как одного из «идеологических» и «духовных» источников в качестве «горячей темы» для СМИ. Автор вводит в научный оборот понятие трансформации стереотипного образа женщины-мусульманки и ислама как мифологизированного идеологического инструмента на протяжении последних двух десятилетий.

Теоретические наработки позволяют перейти к системному изучению предпосылок возникновения, формирования, распространения, коррекции и воспроизводства стереотипов, связанных с исламом и женщиной-мусульманкой в медийных текстах, вносят вклад в развитие теории медиакommunikации, медиалингвистики в целом и медiateкстов в частности, а также могут быть использованы в образовательных программах, посвященных как теории журналистики и коммуникации, так и междисциплинарным гуманитарным исследованиям.

¹⁰Майданова Л. М., Медiateкст в идеологическом контексте: монография. Екатеринбург: Гуманитарный ун-т, 2011. – 301 с.; Дзялошинский И. М. Медiateкст: особенности создания и функционирования: монография. – Москва: Нац. ун-т - Высш. шк. экономики, 2011. – 378 с., Лингвокультурологическое моделирование медiateкста: монография / [И. В. Ерофеева, В. В. Богуславская, А. Н. Тепляшина, Ю. В. Толстокулакова]. - Чита: Забайкальский государственный университет, 2017. – 201 с.

Практическая значимость диссертации заключается в возможности использования ее результатов и содержания при подготовке междисциплинарных учебных курсов по изучению международной журналистики, медиалингвистики, медиадискурса, современного медиатекста, исламоведения и проблематики свободы слова. Кроме того, результаты исследования могут быть использованы для корректировки и обогащения как теории журналистики и медиакommunikации в целом, так и концепций, связанных с проблемами этностереотипов в частности. Выводы диссертации могут быть полезны специалистам в области теории, истории и практики журналистики, медиасоциологии и психологии СМИ, особенно тем, кто занимается проблемами межкультурного диалога, международных отношений, критикой общественно-политической мысли и свободы слова в странах с различным социальным строем. Материалы и выводы исследования могут быть использованы при подготовке междисциплинарных элективных учебных курсов по теории и истории журналистики, медиакommunikациям, современным медиасистемам, медиадискурсу, медиатексту, в том числе вариативных дисциплин, посвященных различным аспектам общественно-политической и культурной жизни стран Ближнего Востока и англосаксонских стран.

Гипотеза настоящего исследования заключается в том, что с 2001 года по настоящее время в западных СМИ как ключевых инфлюенсерах англосаксонского медиадискурса сформированы негативные стереотипы отражения ислама, мусульман и образа женщины-мусульманки как представительницы исламского мира, которые, в свою очередь, мифологизируются и отрицательно влияют на общественное мнение.

Методология исследования. В данном исследовании были использованы сравнительно-исторические методы: ретроспективный и прогностический, что позволило изучить стереотипные образы об исламе и арабах как в тесной связи с исторической ситуацией, в которой они возникли и действовали, так и в их качественном изменении на разных этапах. В качестве теоретико-методологического подхода исследования принят метод системного анализа, позволяющий рассматривать предмет исследования как комплексный процесс, выявлять важнейшие элементы изучаемых явлений, проследить их взаимозависимость; в работе применен также проблемно-ориентированный подход как разновидность структурно-функционального анализа.

Эмпирическую основу диссертации составили медиатексты СМИ Великобритании (BBC, The Times, The Financial Times, Daily Mail, The Guardian), США (CNN, The New York Times, The Wall Street Journal, USA Today), Канады (Toronto Star, The Beaverton, The Compas) с 2001 по 2021 гг. общим объемом 1200 единиц. Изучено около 200 научных источников (монографии, книги, научные статьи) отечественных и зарубежных исследователей, посвященных медиадискурсу, медиатекстам, теории и истории журналистики, а также политологические, социологические, философские труды, затрагивающие стереотипы в целом и стереотипы, касающиеся ислама, в частности.

Положения, выносимые на защиту:

1. Стереотипное представление ислама в целом и женщины-мусульманки в англо-саксонском медиадискурсе используются как предлог для запуска пропагандистских манипуляций в СМИ в период предвыборных кампаний и

способствуют разжиганию чувства враждебности по отношению к выходцам из Ближнего Востока.

2. Современная американская исламофобия основана на сочетании таких факторов, как активизация радикального ислама и неверно сформированные через массмедиа стереотипы в общественном сознании.

3. Анализ медиатекстов СМИ Великобритании, США и Канады показал, что диапазон общественной реакции, вызванной исламофобией, варьируется от критики и презрения к мусульманам до явной агрессии, выражающейся при межличностном общении.

4. В англосаксонском медиадискурсе превалирует принцип избирательности и предвзятости по отношению к исламу и женщинам-мусульманкам, выражающийся в осуждении ношения хиджаба, многоженства, жесткого разделения гендерных ролей и т.п. Критерием критики является устоявшаяся в западных странах социокультурная и поведенческая модель, не коррелирующая с традиционными ценностями ислама.

5. Дискурс англосаксонских СМИ, особенно американских, содержит массив негативной риторики, вызванный ростом роли и влияния мусульманских диаспор в рассматриваемых нами странах.

6. Англосаксонские СМИ целенаправленно формируют и навязывают аудитории негативный стереотип исламской цивилизации и религии, искажая образ арабского народа, имеющего свои духовные ценности.

7. Проблема восприятия медиаобраза женщин-мусульманок в англосаксонских странах особенно актуальна в настоящее время, когда различные движения за права женщин призывают «улучшить» их положение с помощью отказа от «врожденных» и «неисправимых» мизогинических практик, «присущих» исламу, в пользу убеждений и традиций западной культуры.

Достоверность и обоснованность результатов диссертационного исследования обеспечиваются четкостью методологических позиций, использованием комплекса современных теоретических методов, применяемых при медиаисследованиях, адекватных объекту, предмету, цели и задачам диссертации, природе изучаемого явления, репрезентативностью источниковой базы научной работы.

Самостоятельный вклад диссертанта заключается в том, что автор рассмотрел исторические предпосылки формирования стереотипного образа мусульман в медиапространстве Запада; выявил стереотипный образ арабов и ислама в медийном дискурсе англосаксонских стран; проанализировал влияние стереотипного образа ислама и терроризма на идеологическое противостояние мусульманского и англосаксонского мира; рассмотрел феномен современной исламофобии и ее горизонты в англосаксонском медиадискурсе; провел компаративный анализ трансформации образа мусульманской женщины в медиатекстах Великобритании, США, Канады.

При написании диссертации использовались следующие **ключевые понятия**:

Стереотип – устоявшийся образ мышления, предубеждение, зачастую имеющее мало общего с действительностью.

Глобализация – процесс всемирной экономической, политической, культурной и религиозной интеграции.

Хиджаб – в исламском сообществе понимается как традиционный головной платок.

Ислам – одна из крупнейших мировых религий, в переводе с арабского языка означает «подчинение воле Бога».

Мусульманка – женщина, исповедующая ислам.

Параллельные сообщества – термин, используемый в большей степени в западной социологии, политологии и культурологии, обозначающий феномен существования сообществ внутри национальных государств, которые плохо контактируют, сохраняют собственные национальные обычаи и традиции, культуру и веру.

Шариат – комплекс предписаний, закрепленных прежде всего Кораном и Сунной, которые определяют убеждения, формируют моральные ценности и религиозное сознание мусульман, а также выступают источниками конкретных норм, регулирующих их поведение.

Сура – арабское слово, обозначающее одну из 114 глав Корана.

Коран – священная книга мусульман, переданная Пророку Мухаммеду в виде откровений в Мекке и Медине между 610 и 632 годами.

Список литературы включает 172 наименования: справочники и нормативные документы, диссертации и авторефераты, книги и статьи на английском, арабском и русском языках, онлайн- и офлайн-ресурсы.

Структура диссертационного исследования. Диссертация состоит из введения, трех глав, девяти параграфов, заключения, списка использованной литературы.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновывается актуальность и новизна темы, анализируется степень ее изученности, определяются цель и основные задачи, обосновывается теоретическая и практическая значимость исследования.

Глава 1 «Средства массовой информации западных стран и формирование стереотипного образа ислама» состоит из трех параграфов: «Исторические предпосылки формирования стереотипного образа мусульманина в медиaprостранстве западных стран», «Стереотипный образ арабов и ислама в медиадискурсе США», «Стереотипный образ ислама и арабов в европейском медиадискурсе в целом и Великобритании в частности».

Понятие мыслеобраза или стереотипа зародилось и получило распространение в западной научной литературе, прежде всего в социальной психологии, поэтому следует рассмотреть, какое место данное понятие (в своем языковом и терминологическом значениях) занимает в западном медиадискурсе. Необходимо отметить, что западные авторы используют для его обозначения ряд терминов. В английском языке для этого чаще всего используются термины «имидж» и «стереотип».

Слово «имидж» восходит к латинскому корню *imago* от глагола *imitari* (подражать, изображать) и, следовательно, означает подражание или изображение. Словарь Вебстера интерпретирует его как «мысленное понятие, разделяемое

членами определенной группы и указывающее на отношение этой группы к конкретному человеку или предмету»¹¹.

Что касается «стереотипа», то оно введено в оборот из области полиграфии и означает печатную форму – копию из типографского набора. Согласно Вебстеру, стереотип – это «вещь, которая соответствует строгому или общему стандарту» или «стандартизированный мысленный образ, разделяемый членами группы и представляющий собой упрощенное мнение, предубеждение или некритическое суждение»¹².

Термин «стереотип» имеет более узкий характер, поскольку обозначает устойчивые психические образы, характеризующиеся неизменностью и упрощением восприятия. Как правило, стереотип выступает следующим этапом формирования устойчивых психических образов людей, предметов и событий.

По определению российского автора А. В. Павловской¹³, поверхностные стереотипы – это представления о конкретных людях, обусловленные исторической, международной, внутривосточной ситуацией или другими временными факторами. Они меняются в зависимости от ситуации в мире и обществе. Это, как правило, образы-представления, связанные с конкретными историческими реалиями. Что касается глубинных (первичных) стереотипов, то они устойчивы, не изменяются с течением времени, передаются из поколения в поколение и воспринимаются как реальность, «биологический факт». Глубокие (первичные) стереотипы сформировались очень давно.

Исследователь Аффиф аль-Буни подробно изучил ряд западных энциклопедий, чтобы выявить присутствующий в них стереотипный образ арабов. Для этого ученый проанализировал Британскую, Еврейскую, Большую советскую и Французскую энциклопедии. Он обнаружил, что все эти энциклопедии не отражают сложную историю и самобытность арабо-мусульманского мира (особенно арабских стран за пределами Аравийского полуострова) со времени появления ислама.

В свою очередь ученый Зияд Абу Гунейма отметил, что британское агентство по образованию создает искаженное представление об исламе и арабах. В Британской энциклопедии, по его словам, говорится, что Мухаммед «претендовал» на роль пророка, посланного Аллахом, он величайший и последний из пророков, а арабы поклоняются Мухаммеду и верят, что мир был создан из света Мухаммеда¹⁴.

Дени Дидро, редактор Французской энциклопедии, называет Пророка Мухаммеда «антихристом, убийцей, похитителем женщин и злейшим врагом свободного разума». Книга «История человечества: научное и культурное развитие»¹⁵, опубликованная ЮНЕСКО, характеризует ислам как «эклетичную смесь еврейских и христианских верований, дополненную языческими обычаями арабов, которые ислам увековечил как племенные ритуалы, придав им доктринальную силу...»¹⁶.

¹¹ Webster New Collegiate Dictionary. Spring Field, Mass: G. and C. Merriam Co. 1977. P. 571.

¹² Ibid. P.1141.

¹³ Павловская А. В. Этнические стереотипы в свете межкультурной коммуникации // Вестник МГУ. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 1998, стр.101-104.

¹⁴ Ziyad Abu Guneim. Zionist control of the world's media. Amman: Dar Amman, 14/04/1984. P. 116 (in Arabic).

¹⁵ History of humanity: scientific and cultural development. VII: The Twentieth century. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000147371>

¹⁶ Cit. Ex: Ziyad Abu Guneim. Zionist control of the world's media. Amman: Dar Amman, 14/04/1984. P. 116 (in Arabic).

В Британском словаре всемирной истории мы читаем, что международная мафиозная сеть имеет арабские корни, а криминальная арабская натура, не гнушающаяся грабежами и убийствами, якобы подтверждает этот тезис¹⁷.

Исследователь Аль-Каззаз еще в 1979-1980 годах провел углубленный анализ учебников по всемирной истории, которыми пользовались учителя средних школ в двух американских штатах – Калифорнии и Небраске, а также в американской столице Вашингтоне. По этому поводу Аль-Каззаз высказал пять основных замечаний:

Во-первых, в этих учебниках об исламе говорилось очень скупо и поверхностно. В них была представлена краткая информация о столпах ислама и основных принципах учения, а также был упомянут Пророк Мухаммед. В этих учебниках ничего не сообщалось о вкладе мусульман в общемировую культуру, полностью игнорировались достижения исламской цивилизации в науке, медицине, философии. Ничего не было сказано о 700-летней истории мусульманского правления в Аль-Андалусе.

Во-вторых, в этих учебниках ислам назывался «магометанством», и это название предполагает, что мусульмане воспринимали Мухаммеда как Бога или божество, что не соответствует действительности.

В-третьих, некоторые из этих учебников содержали изображения Пророка Мухаммеда¹⁸ с комментариями и пояснениями к ним.

В-четвертых, в учебниках непомерно много внимания уделялось военным вопросам в исламе, много говорилось о джихаде («священной войне»). В одном из учебников, например, была такая фраза: «Вопреки учению Христа, Мухаммад прославлял то, что он называл «священной войной».

В-пятых, в этих учебниках говорилось, что женщины в исламе лишены всех прав и угнетены. Некоторые авторы утверждали, что женщины и девочки едят только объедки со стола мужчин и сыновей, мальчиков приучают видеть в своих матерях лишь служанок, а девочек не «относят» к детям¹⁹.

В современную эпоху средства массовой информации придали этой проблеме качественно новое измерение; они взяли на себя функцию популяризации искаженных стереотипов об арабах и исламе, сформированных востоковедами, политиками и некоторыми представителями академического сообщества. Благодаря широте своей аудитории, привлекательности и влиянию западные СМИ смогли превратить искаженное стереотипное восприятие ислама и арабов в предмет повышенного внимания западного человека. Арабы и ислам – особенно во времена кризиса – стали темой форумов и общественных дебатов. Поэтому можно говорить о явной негативной роли СМИ в укоренении стереотипных представлений об арабах и исламе в западном сознании.

Любой ученый, анализирующий векторы стереотипизации в западных СМИ, легко заметит, что ни одна из религий, цивилизаций и наций не является объектом такой систематической и целенаправленной фальсификации, как ислам и арабы.

¹⁷Ibid. P.117.

¹⁸ Прим.: изображения Мухаммеда и всех остальных пророков в исламской вере запрещены и считаются идолопоклонством

¹⁹Jarrer A. The Treatment of Arabs in US social Studies Textbooks: Research Findings and recommendations // Ghareeb E. Split vision ... PP. 369-380.

Можно без преувеличения сказать, что постоянное их искажение в современных западных СМИ – явление уникальное по своей природе, мотивации и результатам. В то же время это специфическое явление абсолютно отличается от других попыток создания искаженных образов других народов как по количественным, так и по качественным параметрам.

Комплексный взгляд на это явление убеждает нас в том, что практически все без исключения западные СМИ участвовали в создании и распространении негативного стереотипа об арабах и исламе. Используются все каналы – книги, печать, радио и телевидение, театр, проза и поэзия. Используются все жанры информации: интервью, заметка, комментарий, карикатура, сериал и т. д.

Это явление охватывает все слои общества, даже такие образовательные учреждения, как университеты и академические учреждения, которые теоретически должны быть объективными и непредвзятыми.

В нашем исследовании западных СМИ мы ограничимся анализом основных средств, используемых для создания стереотипов, что поможет нам понять суть этих СМИ и хотя бы в общих чертах оценить степень их влияния на общественное сознание. Мы ограничиваемся средствами массовой информации нескольких западных стран, имевших особое влияние в мусульманских странах и занимающих важное место в мире по сей день; такими государствами являются Франция, но главным образом США, Великобритания и Канада. Что касается прессы других западных стран, то она в диссертации рассматриваться не будет.

Западные СМИ пишут не обо всем, как принято считать. Пишут только о том, что приносит коммерческую выгоду и укладывается в определенный стереотип. Иными словами, мы имеем дело с тем, что можно назвать технологией перманентной «скрытой цензуры», замаскированной под сиюминутные интересы или уже существующее мнение, в том числе стереотипные образы.

Обратимся к результатам исследования, проведенного доктором Элизабет Пул²⁰. Просматривая выпуски *The Guardian* и *The Times* за 5 лет, она нашла 6000 статей, посвященных исламу, и только 800 из них были посвящены мусульманам в Англии, в результате чего ислам стал выглядеть каким-то инопланетным явлением в стране. Наиболее частыми историями о британских мусульманах были: образование (в том числе проблемы финансирования исламских школ), дело Салмана Рушди, требования закона против богохульства, «фундаментализм» в Великобритании, финансирование иностранных исламских группировок организациями, действующими на британской земле и гендерные отношения.

Ряд популярных британских СМИ, в том числе *The SundayTimes*, *The Sun* и *Daily Mail*, в декабре 2016 года опубликовали материалы о последователях ислама в стране. Авторы текстов ссылались на доклад британского чиновника Луизы Кейси, которая провела исследование религиозных и национальных общин, проживающих в Соединенном Королевстве.

«Мусульмане в Британии ведут настолько изолированный образ жизни, что считают Великобританию исламской страной, где большая часть населения разделяет их веру. <...> Мусульмане, которые живут в своих общинах и ходят в свои

²⁰See: Elizabeth Poole. *Reporting Islam: Media Representations of British Muslims*. I. B. Tauris, 2012.

учебные заведения, считают, что 75% населения страны – мусульмане», –такой отрывок из предполагаемого доклада Кейси привела The Sunday Times²¹.

Мы видели оригинальную версию доклада Кейси, которая была опубликована на сайте правительства Великобритании. Согласно документу, автор писал не о религиозных меньшинствах в стране, а об выходцах из Азии, без привязки к какой-либо религии.

Подобные идеи и стереотипы, широко распространенные в европейских (в частности, британских) СМИ, способствуют разжиганию чувства враждебности к мусульманам в общественном сознании европейских стран. Руководители западных СМИ используют их как предлог для развертывания пропагандистских кампаний против мусульман. В результате создается «консенсус» различных социальных слоев, светских и религиозных движений.

Вторая глава диссертации посвящена стереотипному образу ислама, его политическому и культурному влиянию в XXI веке. В главе три параграфа: «Стереотипный образ ислама и влияние терроризма на противостояние мусульманского мира и Запада», «Феномен современной исламофобии и его перспективы в англосаксонском медиадискурсе», «Образ мусульман в англосаксонском медиадискурсе».

Теория стереотипов полностью объясняет асимметрию отношений между этническими группами, истоки геополитической привязанности и вражды, склонность национальной идентичности к самозащите.

Когда мы говорим об этнокультурных стереотипах, мы предполагаем, что объектом стереотипирования становятся целые этнические группы. При формировании таких стереотипов дедуктивные и индуктивные когнитивные процессы действуют параллельно; мы склонны судить о представителе определенного этноса, исходя из представлений о целом этносе (дедукция), и каждое новое наблюдение за индивидуумом определенной национальности добавляет все новые и новые черты к собирательному портрету этноса.

С 1990 года в группе этнокультурных стереотипов принято выделять автостереотипы (представление этноса о себе) и гетеростереотипы (представление этноса о других этносах в самых разнообразных аспектах, таких как культурный, географический, исторические, геополитические, религиозные, туристические, экономические, социокультурные, гастрономические и др.). В целом автостереотип характеризуется положительной модальностью и значительной детализацией. Для гетеростереотипов, напротив, типичны преимущественно негативные выражения, схематичные, тенденциозные, неполные, инверсивные. Однако следует отметить, что в основе групповой стереотипизации лежит бинарная оппозиция «мы/они». Представление о «них» дифференцируется в зависимости от ряда факторов и опыта контактов между этносами, их общей истории и медиапрезентации.

Структурно этнокультурный стереотип подобен любому антропостереотипу, поскольку содержит когнитивный, аффективный и волевой компоненты. Если знание об этнической принадлежности доминирует над эмоциями, актуализируется когнитивное ядро стереотипа. Для обозначения такого рационализированного

²¹ Alice Thompson. The Tories are embracing education apartheid/The Sunday Times. May 31, 2017. URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/tories-are-embracing-education-apartheid-nfgt3ck6r>

достоверного стереотипного представления об этносе мы предлагаем использовать понятие «социотип»²².

Эмоция, поглощающая когнитивный компонент, может направить стереотип в ксенофобное русло. Ксенофобия проявляется как опасное социально-психологическое явление, так и как медиафеномен, который также может иметь деструктивные последствия для общества. При этом наиболее опасными становятся стереотипы, включающие экспрессивный волевой компонент, то есть поведенческую установку, определяющую не только установку, но и непосредственное действие по отношению к объектам стереотипирования.

Анализ этнических стереотипов доказывает, что они являются результатом этноцентрической реакции, попытки оценивать других людей только с позиций собственной культуры. Любой этнически маркированный медиадискурс имплицитно или эксплицитно содержит инструкции по стратификации реалий по принципу «свой-чужой».

Ксенофобские настроения проявляются в публицистических текстах через отдельные стереотипные образы или, соответственно, полностью поляризованные материалы. Журналистские материалы весьма репрезентативны в плане выяснения тональности отношения представителей одних этнокультур к другим. Как отмечает исследователь стереотипных форм ислама в американском медиадискурсе, «сочетание изучения стереотипных этнических номинаций и их манипулятивной составляющей на материалах СМИ позволяет проследить навязываемые предвзятые взгляды англоязычных читательской и журналистской аудитории по отношению к другим этническим, культурным или религиозным группам, считающимся «чужими» этому обществу, а также отметить скрытое влияние таких номинаций, взглядов на «друзей», изучить механизмы формирования социальных предрассудков»²³.

Характерной чертой гетеростереотипирования в средствах массовой информации является абсолютная пассивность объекта стереотипирования; «другое» не влияет на процесс его стереотипной обработки и репрезентации, что открывает достаточно широкие возможности для инверсий и манипулятивных проявлений.

Неуправляемость медиадискурсивных практик по созданию стереотипных образов ислама в обширных американских СМИ диктует необходимость постоянного мониторинга и анализа определенного текстового потока для предотвращения негативного репутационного и имиджевого влияния на геополитику.

Стереотипизация зачастую проявляется на уровне оценочных клише, влияющих на аксиологическую структуру исламского нарратива и поляризующих восприятие даже, казалось бы, нейтральных текстов. Такими клише являются такие фразы, как «исламский экстремизм», «исламский терроризм», «исламский фундаментализм», «радикальный исламизм» и т. д.

²² См. подробнее: Тавадов Г.Т. Этнология. Учебник для вузов М.: Проект. 2002. 352 с.

²³ El-Aswad E. S. Images of Muslims in Western scholarship and media after 9/11. Digest of Middle East Studies. 2013. 22 (1), p. 39–56

При этом возникает «порочный круг»: высказыванию СМИ об исламском экстремизме придается легитимность благодаря позитивным научным оценкам этого явления, которые, в свою очередь, заимствуют негативные фразы об исламе из повседневного дискурса. В этой связи, несомненно, позитивным моментом является принятое Конгрессом США решение назвать исламский терроризм «антиисламской деятельностью», а исламских фанатиков – людьми, «занимающимися антиисламской деятельностью».

Практически в «повестке дня» мировых СМИ тема исламофобии по-настоящему укоренилась после терактов 11 сентября 2001 года, вызвавших постепенный пересмотр отношений между США и исламским миром.

Социальные функции стереотипов, опосредовавших освещение в СМИ и общественное восприятие событий «Черного вторника», во многом соответствуют идеям Г. Тайфеля, которые он высказал относительно стереотипов еще в начале 1980-х годов. Это:

- объяснение существующих отношений между группами, в том числе поиск причин сложных и трагических событий;
- обоснование существующих межгрупповых отношений, например действий, которые выполняются или планируются по отношению к внешним группам²⁴.

На наш взгляд, к этим функциям следует добавить еще одну. Это адаптивная функция стереотипизации, направленная на массовое сознание, которое было потрясено необычностью и жестокостью событий и неспособно воспринимать происходящее вне действия формальных и содержательных элементов прецедента.

Построение категориального пространства из концептов, отражающих социально обусловленные ожидания субъектов стереотипирования, есть установление властных отношений над «другими», которые обречены на молчание и которым может быть позволено говорить только в рамках доминирующего медиадискурса.

В медиасреде появляются смысловые конструкции, вытекающие из этого стереотипа, что косвенно указывает на причастность ислама к обвинениям типа «джихад против независимой прессы»; «газовый джихад»; «нефтяной джихад»; «джихадисты в раю» Уолта Диснея; «потребительский джихад» и «большой джихад». Здесь уместно вспомнить слова В. Франкла: «деструктивная, извращенная сторона «человеческой природы», которую мы подавляем в себе, сохраняет свое влияние в жизни «других», тем самым делая их не только ниже «нас», но и опасен для нас, нашей культуры, расы, религии и тому подобного»²⁵.

Медиастереотипизация происходит за счет объединения этнонимов с негативными оценочными суждениями, придания им противоречивой направленности.

В 2015 году ENAR (Европейская сеть против расизма) провела исследование и выяснила, что мусульманские женщины часто изображаются в средствах массовой информации как угнетенная группа. По имеющимся данным, ношение хиджаба или любой другой религиозной одежды рассматривается средствами

²⁴Tajfel, H. (1982). Social psychology of intergroup relations. *Annual Review of Psychology*, 33, 1-39.

²⁵См. подробнее: Франкл В. Страдания от бессмысленности жизни. Актуальная психотерапия. Новосибирск: Сибирское университетское издательство, 2016. – 96 с.

массовой информации как форма нарушения прав женщин, что в негативном ключе изображает ислам как религию. Через платформы запрещенных в России социальных сетей, мусульманские женщины часто становятся объектами жестокого обращения, сексистских оскорблений и разжигания ненависти. Сообщается, что в 2015 году 90% жертв исламофобских инцидентов были женщины-мусульманками. В отчете также упоминается, что 64% британцев получают информацию об исламе через средства массовой информации, что может объяснить, почему общественность враждебно относится к мусульманской общине, особенно к женщинам.

Более трети мусульман Великобритании заявили, что политики часто делают фанатичные комментарии в их адрес. В 2018 г. экс-премьер-министр Великобритании Борис Джонсон сравнил мусульманских женщин в чадре с «почтовыми ящиками» и «грабителями банков», что, однако, встретило сильную оппозицию со стороны британских СМИ.

Научный дискурс о влиянии СМИ на формирование образов и идентичностей в массовом сознании ведется с начала XX века. Ученые расходятся во мнениях относительно силы и характера влияния СМИ на общественное мнение. На первом этапе научного дискурса его участники рассматривали влияние СМИ как достаточно мощное и способное изменить мировоззрение общества²⁶.

С. Алата, Ж. Гай, Ф. Лемке ввели в научный оборот понятия «мирная журналистика» и «крестоносная журналистика». Эти исследователи также рассматривали СМИ как инструмент влияния на заинтересованные стороны. Термин «крестоносная журналистика», по мнению авторов, был введен не для того, чтобы оскорбить христиан, а для того, чтобы подчеркнуть: то, что сейчас происходит в СМИ – не военный крестовый поход, а его информационное проявление. Они пришли к выводу, что СМИ стали оружием и инструментом управления «паствой»²⁷.

Государственная информационная политика по формированию образа мусульманской и исламской идентичности может влиять не только на уровень национальной изоляции населения, но и на количество и виды террористических атак, интенсивность вербовки новых членов экстремистских организаций, уровень гражданской самоидентификации мусульман – уровень чувства и восприятия себя гражданином и тому подобное. Однако полноценных статистических данных и научных исследований по этим вопросам нет.

В англосаксонских СМИ существуют два основных вектора, формирующих образ мусульманской и исламской идентичности:

1. Западный вектор создает недружественный имидж, который можно воспринимать позитивно только в контексте столкновений мусульман с властями.
2. Собственно, мусульманский вектор, который поддерживается мусульманскими организациями различного направления и в их СМИ, формирует не только положительный образ мусульманина, но и желаемую идентичность, поскольку ислам имеет множество течений.

²⁶Штомпка П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования: учеб. разрешение. М.: Логос, 2007.

²⁷Цит. по: Арутюнян Ю. В. Этносоциология: учебник. пособие для вузов / Ю. В. Арутюнян [и др.]. URL: <https://socioline.ru/pages/yuv-arutyunyan-etnosotsiologiya>

Анализ сайта британской газеты Daily Mail²⁸ показывает, что в этом издании довольно часто встречаются тексты, в которых упоминается исламская принадлежность героев издания. Более того, он содержит тексты с проявлениями языка вражды, направленные против людей мусульманского вероисповедания. Мы отобрали тексты 2010-2020 годов методом случайной выборки с ключевым словом «мусульманин». Всего на сайте более 70 тысяч публикаций, содержащих это ключевое слово.

Хотя газету Daily Mail неоднократно обвиняли в разжигании исламофобских взглядов, она продолжает публиковать статьи, содержащие разжигание ненависти в отношении мусульман.

В третьей главе диссертационной работы рассматривается трансформация образа мусульманки в СМИ Великобритании, США и Канады. В главе три параграфа: «Анализ трансформации образа мусульманки в медиатекстах Великобритании», «Анализ трансформации образа мусульманки в медиатекстах США», «Стереотипное представление о мусульманах в канадских СМИ».

Сегодня современная лингвистика стала уделять значительное внимание проблеме социального пола и его отражению в лингвистической семантике. Несмотря на то, что социальный и социокультурный гендер не относится к категориям языкознания, его содержание может быть раскрыто путем анализа структуры языка. Первоначально психология ввела понятие «гендер», определяя этим словом социально-психологический статус человека с точки зрения мужественности или женственности. Важная роль в развитии и поддержании гендерной системы принадлежит сознанию людей. Гендерное сознание личности конструируется за счет того, что распространяются и сохраняются социальные и культурные стереотипы, нормы, предписания, нарушение которых влечет за собой «карательные» санкции²⁹.

На гендер постоянно влияют не только культурные нормы, устанавливающие обязанности мужчин и женщин, но и социальная информация, сообщаемая обществу, насколько велика разница между мужчиной и женщиной. Институт семьи в арабо-мусульманских обществах представляет собой прочную социальную структуру, основанную на таких правовых нормах, как правила брака и семьи, имущественные отношения, церемония бракосочетания, калым (выкуп невесты), деторождение, воспитание детей, разделение функций между мужьями и жены. Правила и особенности семейной жизни четко прописаны шариатом, а также устоявшимися традициями и обычаями. Таким образом, чтобы разобраться в этой проблеме, западным исследователям необходимо хорошо разбираться в положениях исламского права, а также исламских традициях и обычаях. На Западе женщина рассматривается вне социального контекста, то есть как отдельная личность. Она не рассматривается с позиции семьи, что предполагает наложение на женщину определенной ответственности и роли, соответствующей ее биологическим функциям.

На Западе проблема мусульманских женщин обсуждается вне всякого религиозного контекста, то есть игнорируя ценности и положения исламского

²⁸См.: Mail Online. URL: <https://www.dailymail.co.uk/home/index.html>

²⁹Гриценко Е.С. Язык как средство конструирования гендера: дисс. ... д.филол. наук. Нижний Новгород, 2005. С.77.

права. Некоторые исламские законы, регулирующие гражданский статус и брачную жизнь, на Западе объявляются противоречащими принципу гендерного равенства и нарушающими права женщин. Поэтому эти законы также были признаны инструментом угнетения женщин. Среди институтов и традиций, осуждаемых Западом, можно увидеть калым (выкуп невесты), ответственность мужчины за семейные расходы, особенности наследования, роли матери и жены, общую структуру семьи, право мужчины на развод со своей женой, принцип опеки, выезд только с разрешения мужа и родственников, многоженство, воспитание детей только женщиной. В западных обществах призывают добиться полного равенства полов во всех вопросах, а также предоставить женщинам право делать аборт и даже выбирать тип сексуальных отношений.

Тем не менее, в СМИ популярен совершенно другой образ мусульманки – образ террористки-смертницы, возникший после репортажа о захвате заложников в «Норд-Осте», и женщины, борющейся за фотографию на паспорт в хиджабе. Формирование подобных образов в СМИ неизбежно привело к распространению в обществе негативных стереотипов в отношении мусульманок, что, в свою очередь, привело к построению «образа врага».

В медиатекстах Великобритании можно выделить отдельные виды «языка вражды». Их используют в средствах массовой информации по отношению к женщинам-мусульманкам, поскольку они:

- призывают к насилию и дискриминации (явные и завуалированные);
- оправдывают исторические случаи насилия и дискриминации;
- создают негативный образ конкретной группы;
- распространяют высказывания о неполноценности той или иной группы (о моральных недостатках);
- упоминают группу в целом или ее представителей в унижительном или оскорбительном контексте (в том числе в криминальной хронике);
- служат основанием для заявлений о преступности той или иной группы;
- обвиняют ту или иную группу в негативном влиянии на общество и страну, призывают не допускать консолидации мигрантов, принадлежащих к той или иной этнической или религиозной группе в регионе (районе, городе и т.п.) (например, протесты против строительства мечети);
- четко цитируют ксенофобские высказывания и тексты, а также предоставляют в СМИ место для явной националистической пропаганды без редакционных комментариев или другой полемики.

Эти методы создают в СМИ Великобритании специфические «медийные образы» различных национальных, этнических и религиозных групп. Автор исследования проанализировал значительное количество материалов, опубликованных в западной прессе. Данные публикации проверялись на наличие следующих критериев: призыв к отмене опеки религии над женщинами, предвзятость в освещении проблем мусульманок, обобщение и превознесение образа западных женщин, а также влияние идеология западных феминистских движений и использование двойных стандартов при анализе этих проблем.

Так, западные СМИ, освещая проблему мусульманских женщин, используют метод избирательности и предвзятости, осуждая хиджаб, многоженство, гендерное разделение и т.д. Критерием критики является авторитет социокультурной модели,

сложившейся в западных странах. Однако мусульманок не волнуют достижения в женском вопросе, осуществляемые в рамках западной модели. Поэтому они продолжают носить хиджаб.

Для проведения контент-анализа медиатекстов мы сделали выборку публикаций таких СМИ США, как The New York Times, The Wall Street Journal и USA Today. Исторически ядром американских СМИ были и остаются чисто коммерческие отношения. Любые новости, которыми можно торговать и которые вызывают интерес широкой публики, будут появляться в газетных полосах или в эфире аудиовизуальных и онлайн-СМИ. Когда несколько тысяч человек протестовали против строительства исламского центра в центре Нью-Йорка, эта новость мгновенно попала в главные новости. Чтобы привлечь и заинтересовать широкую аудиторию, американские СМИ стали преподносить эту новость как нечто экстраординарное, навязывая неверное толкование ислама и делая его жертвой СМИ.

Зачастую новости, имеющие хоть какое-то отношение к исламу, даже не имеют особой важности и ценности, но американские СМИ преподносят эту новость сенсационно, делая, образно говоря, из мухи слона.

Такие новости распространяются моментально, и большая часть общественности в силу «грамотной» интерпретации воспринимает их неправильно, в результате чего в обществе возникает напряженность. Мы не утверждаем, что американские СМИ целенаправленно пропагандируют антиисламские настроения; необходимое информационное сообщение возникает само собой в связи с исторически сложившимися западными представлениями об исламе. Образ мусульманки в СМИ может быть как отрицательным, так и положительным, поскольку каждый имеет право трактовать этот вопрос по-своему.

Здесь целесообразно обратиться к классификации запрещающих норм в СМИ США:

- запреты в сфере религиозных вопросов;
- запреты, которые касаются еды, азартных игр, алкоголя, колдовства (запрещенными также считаются падаль, кровь, свинина и то, над чем не было произнесено имя Аллаха);
- запреты, которые относятся к таким категориям, как мораль и этика: непослушание, бесстыдство, мошенничество, оскорбительные выражения, клевета, проявление гнева, гордыни, подозрительности, лицемерия и все, что считается аморальным;
- запреты, касающиеся правопорядка (главным здесь является неприкосновенность человеческой жизни, имущества).

Таким образом, проблема восприятия образа мусульманки в репрезентации СМИ особенно актуальна в настоящее время, когда различные идеологические течения призывают мусульманок постепенно отказываться от своей религии и традиционных ценностей. Процессы, происходящие сегодня в западных СМИ, особенно в американских, являются результатом неполного понимания исламской религии и мусульман в целом. Наш анализ показал, что дискурс западных СМИ содержит лингвистические средства, описывающие ислам во многом в негативном контексте. Рассмотрев лишь некоторые из них, выяснилось, что ислам в основном упоминается в прессе западных стран в свете террористических актов в отношении

не только людей других вероисповеданий, но и мусульман, исповедующих ислам иного толка.

Медиадискурс включает в себя всю совокупность лингвистических и экстралингвистических факторов, коммуникативное пространство функционирования определенного текстового материала, его культурный, этнический, социальный контекст, подтекст и тому подобное³⁰.

В медиадискурсе информация форматируется с помощью языковых средств таким образом, чтобы сформировать сообщение, которое будет воспринято широкой аудиторией как правдивое и окажет на нее необходимое влияние³¹. Поэтому для языка СМИ характерно использование многих видов стереотипов, среди которых одно из ключевых мест занимают этнические стереотипы.

Этнические стереотипы как стандартизированные и схематизированные представления представителей одного народа по отношению к другому являются неотъемлемой частью концептосферы общества. В основе формирования этнических стереотипов в медиадискурсе лежит система социальных предрассудков, приобретающих новые значения в определенной коммуникативной ситуации или в условиях межкультурного взаимодействия³². Вербализация этнических стереотипов происходит с помощью как отдельных лексических единиц, так и фразеологизмов, предложений, которые подвергаются лексикализации и идиоматизации и автоматически воспроизводятся в речи при наличии определенных ассоциаций в коммуникативной ситуации³³.

Поскольку медиаисточники в разных англоязычных странах изображают мусульман по-разному, в зависимости от социальной и этнической специфики конфликта, рассмотрим, например, особенности репрезентации мусульман в канадском медиадискурсе. На процесс формирования и функционирования антимусульманских стереотипов в Канаде влияет несколько факторов. В силу географической близости к США и схожести экономического и социального развития этих двух стран Канада также является страной, характеризующейся интенсивными миграционными процессами. Число мигрантов с Ближнего Востока составляет примерно 13%. Канада также поддержала США в войне с террором, объявленной после событий 11 сентября 2001 года³⁴. Эта поддержка привела к росту исламофобии (проявления страха или ненависти к исламу), что, в свою очередь, повлияло на стереотипное представление мусульман в канадских СМИ.

Выдающейся особенностью социального пространства Канады по сравнению с другими англоязычными странами является то, что Канада образовалась из двух колониальных народов-основателей (и большинства их религиозных традиций) – англичан и французов. Сегодня в стране два официальных языка; также была принята доктрина мультикультурализма. Все эти факторы способствуют более умеренному отношению к мигрантам, поскольку они также защищены доктриной

³⁰ Добросклонская Т. Г. Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации // Вестник Московского университета. 10. Журналистика. 2006. № 2. С.21.

³¹ Там же.

³² Зиновьева Е. С. Исследование дискурса в рамках медиалингвистики // Верхневолжский филологический вестник. 2016. № 3. С. 37.

³³ Там же.

³⁴ Inviting terrorism? Canada's immigration policy and implications for national security. URL: <https://www.cfc.forces.gc.ca/259/290/317/305/purdy.pdf>

мультикультурализма и имеют право сохранять и развивать свои культурные традиции в Канаде³⁵.

В целом канадцы очень уважительно относятся к положениям доктрины мультикультурализма. На этом строится большая часть внутренней политики страны. Это, в свою очередь, влияет на более сдержанный характер высказываний в отношении этнических общностей в прессе по сравнению с прессой США.

Однако после терактов в Париже в конце 2015 года уровень антимусульманской агрессии в Канаде существенно возрос: случаи избияния мужчин-мусульман, внешний вид которых соответствует стереотипному образу мусульманина (черные волосы, длинная борода, темные волосы и кожа, темные глаза, традиционная одежда). Также в первые несколько месяцев после терактов в Париже мусульманки, носившие хиджабы или паранджи, которые также являются стереотипным образом и характерны для мусульманок в воображении простых канадских граждан через стереотипы СМИ, подверглись физическим нападениям³⁶.

Некоторые канадские издания намеренно искажают факты и обвиняют всех без исключения мусульман в кровавых событиях, произошедших с участием нескольких десятков их радикальных единоверцев. Данная тенденция способствует поляризации мусульман в целом как этнической группы и наложению на них стереотипа ответственности за действия исламских террористических организаций.

При этом, когда сами представители мусульманской общины пытаются объяснить, что их не следует отождествлять с представителями радикального ислама, СМИ сознательно преподносят такие новости наряду с фактами преступных действий террористов, манипулируя восприятием читателя.

В силу особенностей прошлых миграционных процессов и тесных связей как с медиакультурой США, так и с европейскими изданиями (особенно французскими), стереотипы канадских СМИ в отношении мусульман содержат стандартные образы «террористки» и «женщины в хиджабе». Журналисты внимательно следят за террористическими атаками в Северной Америке и Европе и освещают такие события, как правило, предвзято. Мусульманские террористы отождествляются с мусульманами как этнической группой в целом, и ответственность за их действия возлагается на наиболее близких к канадским журналистам мусульман.

В канадских СМИ одно и то же событие может быть изображено с радикально разных точек зрения, используя как негативные, так и позитивные стереотипы в отношении мусульман. Позиция СМИ зависит от политической силы, которой они симпатизируют, степени объективности журналистов, региона и отношения редакции к этническим вопросам в целом.

В-третьих, в канадской прессе заметны тенденции к развенчанию стандартных стереотипов в отношении мусульман и смягчению конфликта Запад-Восток за счет более толерантного изображения определенных ситуаций и попытки объективного освещения событий.

В Заключении представлены результаты исследовательской деятельности автора, обобщающие полученные результаты исследования и определяющие

³⁵Xenophobia in 2017 // Levada Center. 2017.23.08. URL: <https://www.levada.ru/2017/08/23/16486>.

³⁶Малашенко А. В. Стоит ли нам бояться ислама? М.: Весь мир, 2017. С.47.

дальнейшие прогнозы развития англосаксонского медиадискурса в репрезентации мусульман и мусульманских женщин.

Основные положения диссертации изложены автором в следующих научных публикациях по теме исследования:

1. Historical formation of the stereotypical image of Islam in the Anglo-American mediadiscourse [Историческое формирование стереотипного образа ислама в англо-американском медиадискурсе] // *Voprosy Istorii* [Вопросы истории] 2021. № 1. С.198-211.
2. Образ мусульман в англосаксонском медийном дискурсе // *Журналист. Социальные коммуникации*. №3 (51). 2023. СС.54-62.
3. Стереотипизация мусульман в западных СМИ // *Журналист. Социальные коммуникации*. №3 (51). 2023. СС.63-72.
4. К вопросу о создании стереотипа мусульманской женщины в медиатекстах США // *Историко-критические обзоры и современные исследования. Психология*. Том 8. №5-1. 2019. СС. 58-66.
5. Феномен образа мусульманской женщины в средствах массовой информации Великобритании // *Историко-критические обзоры и современные исследования. Психология*. Том 8. №5-1. 2019. СС. 67-77.
6. Revisited the Attitude on Muslims in UK: Media Review [К вопросу об отношении к мусульманам в Великобритании: медиаобзор] // *Массмедиа России и зарубежных стран: глобальное и национальное*. РУДН. 2020. СС. 12-19.
7. Copyright Protection In India And Access To Specific Media Content [Защита авторских прав и доступ к специфическому медиаконтенту] // *EpSBS – Volume 76 – SCTCMG* 2019. 2020. Future Academy. PP. 2170-2180.

Абухамдия Мохаммед А. Х. (Палестина)

**ОБРАЗ ЖЕНЩИНЫ-МУСУЛЬМАНКИ
В АНГЛОСАКСОНСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ**

В диссертационном исследовании представлено исследование исторических предпосылок формирования стереотипных представлений об исламе, арабах и в частности о женщине-мусульманки в политической мысли и СМИ западных стран через компаративный анализ медиатекстов Великобритании, США, Канады; их роли и влияния на западную политику.

В научной работе дан критический анализ проблемы стереотипов в западной социально-политической мысли и СМИ, а также различных форм проявления этих стереотипов в общественном сознании западных стран в целом и англосаксонского общества в частности. В диссертации доказывается прямое и косвенное отражение стереотипных образов ислама в целом и мусульманских женщин в частности в теоретической мысли и общественном сознании западных стран, а также влияние этих стереотипов на политические теории и журналистскую мысль в англосаксонском мире; анализируется феномен современного исламизма.

Автор раскрывает взаимосвязь между отдельными теоретиками, «враждебными» исламу, и практическими интересами ряда западных политических деятелей, а также негативные последствия такой позиции для развития процесса взаимодействия исламского мира и англосаксонских стран.

Mohammed A. H. Abuhamdiya (Palestine)

THE IMAGE OF A MUSLIM WOMAN IN ANGLO-SAXON MEDIA DISCOURSE

The dissertation research presents a study of the historical prerequisites for the formation of stereotypical ideas about Islam, Arabs and in particular about Muslim women in political thought and the media of Western countries through a comparative analysis of media texts in the UK, USA, Canada; their role and influence on Western politics.

The scientific work provides a critical analysis of the problem of stereotypes in Western socio-political thought and the media, as well as various forms of manifestation of these stereotypes in the public consciousness of Western countries in general and Anglo-Saxon society in particular. The dissertation proves the direct and indirect reflection of stereotypical images of Islam in general and Muslim women in particular in the theoretical thought and public consciousness of Western countries, as well as the influence of these stereotypes on political theories and journalistic thought in the Anglo-Saxon world; the phenomenon of modern Islamism is analyzed.

The author reveals the relationship between individual theorists “hostile” to Islam and the practical interests of a number of Western political figures, as well as the negative consequences of such a position for the development of the process of interaction between the Islamic world and Anglo-Saxon countries.

Подписано в печать: 15.03.2024
Заказ №19872. Тираж 100 экз.
Бумага офсетная. Формат 60х90/16.
Типография «11-й ФОРМАТ»
ИНН 7726330900
115230, Москва, Варшавское ш., 36
(977) 518-13-77 (499) 788-78-56
www.avtoreferat.ru riso@mail.ru

As a manuscript



Mohammed A. H. Abuhamdiya

**THE IMAGE OF A MUSLIM WOMAN
IN ANGLO-SAXON MEDIA DISCOURSE**

Specialty 5.9.9. Media Communications and Journalism

ABSTRACT
of a Thesis for a Candidate Degree
in Philological Sciences

Moscow – 2024

The work was performed at the Department of Theory and History of Journalism, Faculty of Philology, the Federal State Autonomous Educational Institutions of Higher Education “Peoples’ Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba” (RUDN University)

Scientific supervisor:

Matvienko Valentin Victorovich, Candidate of Philological Sciences (10.01.10), Associate Professor of the Department of Theory and History of Journalism, Faculty of Philology, the Federal State Autonomous Educational Institutions of Higher Education “Peoples’ Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba” (RUDN University)

Official opponents:

Bushev Alexander Borisovich, Doctor of Philology (10.02.01), Associate Professor, Professor of the Journalism, Advertising and Public Relations Department, Faculty of Philology, Tver State University;

Zheltukhina Marina Rostislavovna, Doctor of Philology (10.02.19), Professor, Professor of the Russian Education Academy, Academician of the Russian Academy of Natural Sciences, Head, Chief Researcher of Scientific and Educational center “Person in Communication”, Pyatigorsk State University;

Dunas Denis Vladimirovich, Candidate of Philological Sciences (10.01.10), leading researcher at the Department of Theory and Economics of Media, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Associate Professor of the Russian Academy of Education, Editor-in-Chief of the Scientific Journal “Media Almanac” (List of the Higher Attestation Commission of the Russian Federation).

The thesis presentation takes place on April 19, 2024 at 1:30 p. m. at the meeting of RUDN University Dissertation Council 0500.007 (Miklukho-Maklaya str., 10/2, room 730, Moscow, 117198).

The thesis can be found at the RUDN University Scientific Library (Miklukho-Maklaya str., 6, Moscow, 117198) and on the website <https://vak.minobrnauki.gov.ru/> as well as at <https://www.rudn.ru/science/dissovet/>

The thesis abstract was sent out on March 19, 2024.

Scientific Secretary
of the Dissertation Council 0500.007
Candidate of Philological Sciences



N. Ye. Rastorgueva

I. GENERAL DESCRIPTION OF DISSERTATION

The relevance of the study. The work is devoted to the study of the social image of Muslim women in Anglo-Saxon media. The relevance of the research lies in the increasing attention that Islam has been recently getting not only as a religion but also as a socio-political phenomenon. The increasing attention can be primarily ascribed to the fact that globalization development has led to the versatility of the ethno-confessional issue and the formation of “multi-confessional societies” in most countries. The spread of such a religious phenomenon as Islam in Europe allowed Europeans to come face to face with a completely different culture, other customs, traditions and living principles. The full participation of women in the social, economic, political and cultural life of the country is the result of the struggle for equal rights and opportunities for feminist movements in the West over a long period of time, which, in turn, is not always observed today. Muslim women are in a completely different position than the European ones, prioritizing the Islamic religious worldview. Referring to the holy Islamic scripture, the Holy Qur’an, we can find the following statement: “*Men are the caretakers of women, as men have been provisioned by Allah over women and tasked with supporting them financially. And righteous women are devoutly obedient and, when alone, protective of what Allah has entrusted them with. And if you sense ill-conduct from your women, advise them first, if they persist, do not share their beds, but if they still persist, then discipline them gently. But if they change their ways, do not be unjust to them. Surely Allah is Most High, All-Great*”.¹ However, this does not mean that Muslim women have no rights; they can participate in all social, economic and political spheres. There are many Muslim feminist movements and many Muslim activists, who fight for equal rights and opportunities for both men and women without going beyond the religion. However, we can only judge this in concrete cases known to us. Otherwise, Muslim women prioritize family and religion and dutifully obey their husbands and parents.

In the media and political science of Western countries, a stereotypical image of Islam has become widespread, so ignorant of the framework of objectivity that one can speak of a distorted image of Islam within the framework of supposedly European multiculturalism. This stereotype has been formed historically, and, as a rule, gives analysts a persistent “desire” to build it on the origins of the “conflict between East and West” and the “Christian-Muslim” confrontation, starting from the time of the Crusades. The most important consequence of such a confrontation is the dissimilarity of the values of the two cultures, which are still in a state of conflict and more often generate mutual accusations rather than contribute to a mutual understanding.

This conflict, despite numerous attempts at constructive dialogue throughout history, as well as intensive cultural exchange and new horizons of world integration, manifests itself in mutual distrust, suspicion, and sometimes direct hostility (*Author's note: suffice it to recall the events associated with the book of Salman Rushdie, when in the late 80s, the spiritual leader of Iran, Ayatollah Khomeini, regarded the content*

¹ The Holy Qur’an. Surah An-Nisa 4:34. Translation by Dr. Mustafa Khattab, the Clear Qu’ran URL: <https://quran.com/4>

of Rushdie's book as an insult to Islam and sentenced its author to death. The actions of the Iranian leader provoked protests from the world community, but the verdict was not canceled even after the death of Imam Khomeini. Since then, Salman Rushdie has been forced to hide and live under the protection of the British special services. The scandal that took on a global scale is also indicative in connection with the cartoons of the Prophet Muhammad in the French magazine "Charlie Hebdo").

The most important stereotypical view of Islam that has been formed and rooted in the Western European culture is the image of Islam as a source of enmity, hatred, and a threat to the West and its values. Forming in the course of history, this negative stereotype has acquired a doctrinal, ideological character. Today the misconception that the East represented by Islam poses the greatest threat to the Western civilization is widespread.

The superiority enjoyed by the West in recent centuries and the colonial policy have given this stereotype a new shade, elevating it to the level of an idea of almost the absolute incompatibility of two worlds. Therefore, relations between the parties not only have not improved, but also have become even more tense and unstable.

The more the abyss deepens and widens, which is artificially supported by the parties, the higher becomes the effectiveness of stereotypes replicated by educational and scientific books, historical works, fiction and the media. These stereotypes are being elevated into political and "strategic" theories like the theory of the clash of civilizations. Attempts are being made to prove the impossibility of a cultural "meeting" between different civilizations and nations. This hypothesis has begun to decisively pave the way for itself in Western political science. The danger of this thesis is that, on the one hand, it reproduces the specified stereotype at the academic level, and on the other hand, it turns out to be able to influence the development of real policy.

These stereotypes about Islam in the mass consciousness are the result of targeted media policies. Thus, clichés and stereotypes can play a very dangerous role in manipulating public consciousness, for example, when it is necessary to secure their support for military interventions. The results of such a manipulation have been very noticeable in the last two decades, especially after the events of September 11, 2001.

The events of September 11, 2001 were the starting point for linking stereotypes and ideological concepts. There is an increasing influence of clichéd and stereotyped ideas about Islam and Arabs on the political literature and the media in Western countries in general and in the United States in particular. It can be said that the image of Islam as a religion and culture in these countries, in fact, has coincided with the negative ideas about it. World religion and a huge part of humanity are portrayed as a threat to the development of human civilization. This topic has begun to occupy a special place in the activities of media: they are the ones who are engaged in the reproduction of such stereotypes, as indicated by the content of news releases, analytical programs and films. Modern media, especially the American media, play a huge role in the formation of mass consciousness, not only in the United States, but also abroad. Hence, this implies the importance of studying the role of the Western media and Western political science in the production, reproduction and "approval" of

new forms of old stereotyped ideas about Islam in general, and about Arabs in particular.

Purpose and objectives of research. The present study aims to identify stereotypical ideas about Islam in general and Muslim women in particular in the media discourse of Anglo-Saxon countries in the context of the historical retrospective of 2001-2021, as well as the socio-historical prerequisites for the formation of such ideas and their possible consequences for media communication processes of interaction between the Islamic world and West.

Achieving this aim involves solving the following scientific **tasks**:

- revealing the historical backgrounds regarding the formation of stereotypes associated with Islam and Muslims;
- reviewing the development process of Islam and Arabs various stereotypical images in Western media discourse;
- explicating the reasons of the emergence of stereotypical ideas about Islam and Arabs in the media of Western countries;
- analyzing of the media influence mechanism on the production and reproduction of stereotypical ideas about Islam;
- consideration of the direct and indirect influence of stereotypical images of Islam on Western (Anglo-American) media communication environment;
- disclosing the stereotypical image of Islam from the perspective of its negative impact on the relationship between the West and the Islamic world;
- identifying the transformation evidences of the Muslims, Muslim women image in media texts of Great Britain, the USA and Canada.

The object of the research topic is the Anglo-Saxon media (Great Britain, the USA, Canada).

The subject of the study is the specificity of the reflection of the Muslims and Muslim women image in Anglo-Saxon media discourse in the historical retrospective of 2001-2021.

Level of prior studies of the problem (Literature review). The question of the problem of the social status of Muslim women is neither new nor finally resolved. Although there have been numerous studies in the Western, Muslim and domestic science, the coverage of many problems related to this topic is not objective. Perhaps no topic attracts such attention and is not overgrown with such a number of misconceptions, interpretations, and finally, does not differ in such a degree of misunderstanding as the question of the true position of the Muslim woman. Media is the main source that informs Western people about the Islamic world culture. Frequently, the conflict-free coexistence of Muslims and the indigenous population in the West depends on them. This is not the only factor, but also a very significant one. The press often covers the stereotypical image of Muslim women, which puts barriers in the cultural dialogue. That is why this issue is more relevant than ever. An analysis of the Western European press makes it possible to identify a trend in the formation of public opinion regarding the image of Muslim women. Stereotyped forms have been and will remain the subject of political, cultural, philosophical, journalistic and historical research. Such forms constitute the most important part of the research

problems of the relationship between the “Christian” West and the “Muslim” East. Many scholars have devoted special studies to this topic, taking into account the role of these stereotypes in the deterioration of relations between civilizations and political systems.

Some authors pay special attention to the influence of political conflicts on the formation of stereotypical images of Islam: this approach can be traced in the works of Fred Halliday and Graham E. Fuller.²

Other researchers focus on the study of the history of formation and reproduction of stereotypes in the modern Western cultural consciousness, analyzing the specifics of their manifestation in textbooks, encyclopedias, and historical works. Examples include the works of Afif al-Buni, Mustafa Khaledi, Omar Farrukh and some other scientists.³

A number of researchers focus on the study of the role of Western oriental schools in perpetuating numerous stereotypes regarding the East and Islam. Examples of such authors include Edward Said, Mahmoud Zakzuk, and Najib al-Hakiki.⁴

Studies on the media, in particular, American and British, show various models and forms of production and the use of stereotypical images of Islam for political and propaganda purposes. Instances of these studies are the works of Herbert Schiller, Edmond Garib, Muhammad Kamal ad-Din among others.⁵

Some scholars pay attention to the Arab personality and its stereotyped images in the American press and film production. This topic is particularly manifested in studies conducted by Jack Shahin, Ahmad Ra-fat and Gazi Zein Awadallah.⁶

Particular attention is also paid to the role of the Arab-Israeli conflict in the activation and dissemination of anti-Islamic propaganda, in which the Zionist lobby and the media belonging to it are engaged in creating a negative image of Islam and the Arabs. These aspects can be observed in the works of many scholars, including M. Suleiman, J. Terry, R. Trice, among others.⁷

² Fred Halliday. *Islam and the West: Confrontation, Religion and Politics in the Middle East*. Dar al-Saha, 1997 (in Arabic, lang.); Graham Fuller, Ayan Lesser. *Islam and the West: Between Cooperation and Confrontation*. Cairo: Al-Ahram Publishing Center for Translation, 1977 (in Arabic).

³ Afif al-Buni. *The Image of Arabs in Western Consciousness: Based on Materials of Western Scientific Encyclopedias // Al-Mustakbal al-Arabi*. Beirut, No. 151, July 1987 (in Arabic); Mustafa al-Khaledi, Omar Farrukh. *Missionary and Colonialism*. Beirut: Al-Maktaba al-Asriya, 1982 (in Arabic).

⁴ Edward Said. *Oriental studies / per. Kamal Abu Dib*. Beirut: Mu'assat al-Abhas al-Arabiyya, 1981 (in Arabic); Mahmoud Hamdi Zakzuk. *Oriental studies: ideological and civilizational background*. Doha, 1404 (x.) (In Arabic, lang.); Najib al-Hakiki. *Orientalists*. T. 4. Cairo: Dar al-Maarif, 1981 (in Arabic).

⁵ Herbert Schiller. *Playing with minds*. Kuwait: National Council for Culture, Arts and Literature. Series "World of Knowledge", No. 106. 1986 (in Arabic, lang.); Edward Side. *Stereotyping Islam: how Western media control the formation of the consciousness and mentality of others*. Beirut: Muassasat al-ittihad al-Arabiyya, 1983 (in Arabic); Edmond Garib. *American Media and Arabs // Western Media and Arabs*. London: *Articles and Materials of the International Journalism Seminar*, 1979; Muhammad Kamal al-Din Imam. *The Image of Islam in Western Media*. An abstract published in the Sharia Faculty of the Islamic University of Imam Muhammad bin Saud Riyadh, 1405 H. (in Arabic).

⁶ Jack Shaheen. *The personality of an Arab on American television // "Al-Arabi"*. Kuwait. No. 340. March 1987 (in Arabic, lang.); Ahmad Rafat Bahjat. *Arab personality in Western cinema*. Cairo: Cairo Film Club, 1998 (in Arabic); Gazi Zane Avadallah. *Arab in the American press*. Jeddah: Tihama, 14/06/1985 (in Arabic).

⁷ Suleiman M. *National Stereotypes as Weapons in the Arab-Israeli Conflict // Journal of Palestine Studies* 3 (Spring 1977); Suleiman M. *An Evaluation of Middle East News Coverage in Seven American News Magazines // Middle East forum*. LXL. N. 2 (late Autumn, 1965); Terry J., Mendenhall G. 1973 U.S. Press Coverage on Middle East // *Journal of*

As for the acute topic of the relationship between anti-Islamic stereotypes and their hostility towards other religions, in this regard the works of such scholars as Noam Chomsky, Martin Shaw, Bruce Ling, etc. should be mentioned.⁸

It is worth noting the synthetic nature of the scientific research of works, articles and papers that explore the “Muslim women” form the theoretical basis of this thesis. From conceptual and theoretical positions, the theme of Muslim women image is studied in the works of S. A. Aivazov, M. Arbatov, L. V. Babaev, E. P. Ilyin, G. G. Sillaste, etc. The works of the following authors are devoted to the practical application and influence of society on the status of Muslim women: M. V. Ishchenko, Kifah al-Haddad, J. Radjabov, A. Tyomkina, and G. Sharipova.

The abundance of publications touching upon the problem of stereotypical images of Islam in their connection with the development of the political situation in the world indicates the need for an in-depth analysis of the stereotypical image of Islam, its historical preconditions, mechanisms for the formation, and popularization of a negative image of Islam and the Arabs in public consciousness especially in the Anglo-American political science and Western mass media.

The basis for this scientific research was also the works of Russian scientists dealing with the problems of media discourse (Zinovieva E. S., Nikitina K. V., Pratyukova R. V., Annenkova I. V., Ishmenev E. V., Egorova E. V., Borisova S. A., Krashennnikova N. A., Osetrova O. I., Bushev A. B., Vartanova E. L., Gladkova A. A., Dunas D. V., Zheltukhina M. R., Moskalev I. Yu.⁹) and media texts (Maidanova L. M., Dzyaloshinsky I. M., Erofeeva I. V., Boguslavskaya V. V., Teplyashina A. N., Tolstokulakova Yu. V.¹⁰).

Palestine Studies. V. 4. N LP. 120-133; Trice R. The American Elite press and the Arab-Israeli conflict // The Middle East Journal (Summer 1979).

⁸ Noam Chomsky. Media and the Gulf War. N/p., 1992 (in Arabic, lang.); Martin Shaw. Civil Society and Media in Global Crises: representing distant violence. London: Pinter, 1996; Bruce Ling. War and television. B.m., 1992 (in Arabic).

⁹ Zinovieva E. S. Study of discourse within the framework of media linguistics // Verkhnevolzhsky Philological Bulletin. 2016. No. 3. P. 37; Nikitina K.V. Technologies of speech manipulation in the political discourse of the media (based on US newspapers): diss....cand. Philol. Sciences author's abstract. Ufa, 2006. P.14; Patyukova R.V. Media discourse: the specifics of the formation of sociocultural communication in the media space: monograph. Kuban State University. Krasnodar: KubSU, 2021. 184 pp.; Annenkova I. V. Media discourse of the 21st century: linguo-philosophical aspect of the language of the media. Moscow: Journalism Faculty: MSU Publishing House, 2011. – 390 pp.; Ishmenev E.V. Political media discourse: theory and national models. Ekaterinburg: Discourse-Pi, 2012. - 127 pp.; Political stereotype in media discourse [Text]: monograph / E. V. Egorova, S. A. Borisova, N. A. Krashennnikova, O. I. Osetrova; Ministry of Education and Science of the Russian Federation, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Ulyanovsk State University". Ulyanovsk: Ulyanovsk State University, 2017. – 159 pp., Bushev A. B. Global trends in world politics and global media discourse // Information–Communication–Society. 2020. T. 1. P. 22-26, Vartanova E.L., Gladkova A.A., Dunas D.V. On representation of conflict in modern academic discourse // Online Media and Global Communication. 2023. T. 1. No. 4. P. 794-814, Zheltukhina M. R., Moskalev I. Yu. Portrait virtualization of emotions through imagery in Austrian and British artistic discourse // News of the Volgograd State Pedagogical University. 2022. No. 3 (166). pp. 236-245.

¹⁰ Maidanova L. M., Media text in an ideological context: monograph. Ekaterinburg: Humanitarian University, 2011. – 301 pp.; Dzyaloshinsky I. M. Media text: features of creation and functioning: monograph. – Moscow: National University Higher School of Economics, 2011. – 378 pp., Linguistic and cultural modeling of media text: monograph / [I. V. Erofeeva, V. V. Boguslavskaya, A. N. Teplyashina, Yu. V. Tolstokulakova]. – Chita: Transbaikalian State University, 2017. – 201 pp.

The scientific novelty of the study lies in the fact that for the first time:

- the historical background for the formation of stereotypical ideas about Islam, Arabs, and Muslim women in the media discourse of Western countries (Anglo-Saxon) is considered;
- the role of these stereotypical ideas and their influence on Western socio-political thought is revealed;
- the direct and indirect reflection of stereotypical images of Islam in general and Muslim women in particular in theoretical thought and public consciousness of Western countries in the context of media discourse is proven;
- the phenomenon of modern Islamism from the perspective of media communication influence is analyzed;
- the evidences of negative stereotyping of the media image are identified and systematized.

The chronological framework of the study mainly covers the period from 2001 to 2021, which is due to changes in the perception of the image of Muslims and a Muslim woman after the events of September 2001 to the modern period.

The theoretical significance of the study lies in deepening theoretical approaches to studying the role of mass media in the formation of a media image and its stereotyping; in clarifying theoretical approaches to assessing stereotypical ideas about Islam in general and the image of a Muslim woman in the media discourse of Anglo-Saxon countries; in expanding ideas about the value of studying stereotypes and the mechanism of their influence through media on political decision-making by large and small states; in the theoretical justification of the scientific approach to the study of the negative stereotypical image of Islam as one of the “ideological” and “spiritual” sources as a “hot topic” for the media. The author introduces into scientific circulation the concept of transformation of the stereotypical image of a Muslim woman and Islam as a mythologized ideological tool over the past two decades.

Theoretical advances suggest a transition to a systematic study of the prerequisites for the emergence, formation, dissemination, correction and reproduction of stereotypes associated with Islam and the Muslim woman in media texts, contribute to the development of the theory of media communication, media linguistics in general and media texts in particular, and can also be used in educational programs devoted to both the theory of journalism and communication and interdisciplinary humanities research.

The practical significance of the dissertation lies in the possibility of using its results and content in the preparation of interdisciplinary training courses on the study of international journalism, media linguistics, media discourse, modern media text, Islamic studies and issues of freedom of speech. In addition, the results of the study can be used to correct and enrich both the theory of journalism and media communication in general, and concepts related to the problems of ethnic stereotypes in particular. The conclusions of the dissertation may be useful to specialists in the field of theory, history and practice of journalism, media sociology and media psychology, especially those who deal with the problems of intercivilizational dialogue, international relations, criticism of socio-political thought and freedom of speech in

countries with different social systems. The materials and results of the study can be used in the preparation of interdisciplinary elective courses on the theory and history of journalism, media communications, modern media systems, media discourse, media text, including variable disciplines devoted to various aspects of the socio-political and cultural life of the Middle East and Anglo-Saxon countries.

The hypothesis of this study is that from 2001 to the present, the Western media, as key influencers of Anglo-Saxon media discourse, have formed negative stereotypes of Islam, Muslims and the image of a Muslim woman as a representative of the Islamic world, which, in turn, are mythologized and negatively affect public opinion.

Research methodology. In this study, comparative historical methods were used: retrospective and predictive, which made it possible to study stereotypical images about Islam and the Arabs both in close connection with the historical situation in which they arose and acted, and in their qualitative change in different stages. As a theoretical and methodological research approach, the method of system analysis was adopted, which allows treating the subject of research as a complex process, identifying the most important elements of the studied phenomena, tracing their interdependence and correlation, and a problem-oriented approach as a kind of structural-functional analysis.

The empirical basis of the dissertation was made up of media texts from the UK (BBC, The Times, The Financial Times, Daily Mail, The Guardian), the USA (CNN, The New York Times, The Wall Street Journal, USA Today), Canada (Toronto Star, The Beaverton, The Compass) from 2001 to 2021 with a total volume of 1200 units. About 200 scientific sources (monographs, books, scientific articles) of Russian and foreign researchers devoted to media discourse, media texts, theory and history of journalism, as well as political science, sociological and philosophical works that examine stereotypes in general and stereotypes relating to Islam in particular were studied.

Provisions for the Defence:

1. The stereotypical representation of Islam in general and Muslim women in Anglo-Saxon media discourse is used as a pretext to launch propaganda manipulations in the media during election campaigns and contribute to fueling feelings of hostility towards people from the Middle East.

2. Modern American Islamophobia is based on a combination of factors such as the activation of radical Islam and stereotypes incorrectly formed through the mass media in the public consciousness.

3. An analysis of media texts in the UK, USA and Canada showed that the range of public reactions caused by Islamophobia varies from criticism and contempt for Muslims to outright aggression expressed in interpersonal communication.

4. In Anglo-Saxon media discourse the principle of selectivity and bias towards Islam and Muslim women prevails, expressed in condemnation of wearing the hijab, polygamy, strict division of gender roles, etc. The criterion for criticism is the socio-cultural and behavioral model established in Western countries, which does not correlate with the traditional values of Islam.

5. Anglo-Saxon media discourse, especially American ones, contains an array of negative rhetoric caused by the growing role and influence of Muslim diasporas in the countries we are considering.

6. Anglo-Saxon media deliberately form and impose on the audience a negative stereotype of Islamic civilization and religion, distorting the image of the Arab people, who have their own spiritual values.

7. The problem of the perception of the media image of Muslim women in Anglo-Saxon countries is especially relevant at the present time, when various women's rights movements call for the "improvement" of their situation by abandoning the "innate" and "incurable" misogynistic practices that are supposedly inherent in Islam, in favor of beliefs and traditions of Western culture.

The reliability and validity of the results of the dissertation research are ensured by the clarity of methodological positions, the use of a set of modern theoretical methods used in media research, adequate to the object, subject, purpose and objectives of the dissertation, the nature of the phenomenon being studied, and the representativeness of the source base of scientific work.

The dissertation author's independent contribution is that the author examined the historical background for the formation of a stereotypical image of Muslims in the media space of Western countries; revealed the stereotypical image of Arabs and Islam in US media discourse; described in detail the stereotypical image of Islam and Arabs in the discourse of European media in general and Great Britain in particular; analyzed the influence of the stereotypical image of Islam and terrorism on the ideological confrontation between the Muslim world and Western countries; examined the phenomenon of modern Islamophobia and its horizons in Anglo-Saxon media discourse; conducted a comparative analysis of the transformation of the image of a Muslim woman in media texts in the UK, USA, and Canada.

While writing the work the following **key concepts** were used:

A stereotype is an established pattern of thinking, a prejudice, often having little in common with reality.

Globalization is a process of the worldwide economic, political, cultural, and religious integration and unification.

Hijab – it is understood in the Islamic community as a traditional headscarf.

Islam is one of the largest world religions, translated from Arabic means submission to the will of God.

Muslim woman is a woman who practices Islam.

Parallel communities – a term used to a greater extent in Western sociology, political science and cultural studies, which refers to the phenomenon of the existence of communities within nation states that have poor contact, retain their own national customs and traditions, culture, and faith.

Sharia in Islam is a complex of prescriptions fixed primarily by the Qur'an and Sunnah, which determine beliefs, form the moral values and religious conscience of Muslims, and also act as sources of specific norms that regulate their behavior.

Sura is an Arabic word for one of the 114 chapters of the Qur'an.

The Qur'an is the holy book of Muslims, handed down to the Prophet Muhammad in the form of revelations in Mecca and Medina between 610 and 632.

The list of references include 172 titles: directories and regulatory documents, dissertations and abstracts, books and articles in English and Arab languages, online and offline resources.

The structure of the thesis research. The dissertation consists of introduction, three chapters, nine paragraphs, conclusion, list of references.

II. MAIN CONTENT OF WORK

The **Introduction** substantiates the relevance and novelty of the topic, analyzes its degree of knowledge, defines the purpose and main objectives, and substantiates the theoretical and practical significance of the study.

Chapter 1. Mass media of Western countries and Islam stereotypical image formation consists of three paragraphs, such as Historical backgrounds for the Muslim stereotypical image formation in the media space of Western countries, The stereotyped image of Arabs and Islam in the media discourse of the United States and The stereotyped image of Islam and Arabs in the European media discourse in general and the Great Britain in particular.

Since the concept of a mental image or stereotype originated and became widespread in the Western scientific literature, primarily in social psychology, it should be shown what place this concept (in its linguistic and terminological meanings) occupies in the Western media discourse. As can be seen, Western authors also use a number of terms to designate it. In English, the terms “image” and “stereotype” are most often used for this.

The word “image” goes back to the Latin root *imago* from the verb *imitari* (to imitate, to depict), and therefore means imitation or image. Webster's Dictionary interprets it as “a mental concept shared by members of a particular group and indicating the relationship of this group to a particular person or thing”.¹¹

As for “stereotype”, it is taken from the printing industry and means a printed form – a copy from a typographic set. According to Webster, a stereotype is “a thing that conforms to a solid or general standard” or “a standardized mental image shared by group members and which is a simplistic opinion, prejudice, or uncritical judgment”.¹²

The term “stereotype” is narrower in nature since it denotes stable mental images, characterized by invariability and simplification of perception. As a rule, stereotype acts as the next stage in the formation of stable mental images of individuals, objects and events.

According to the definition of the Russian author A. V. Pavlovskaya¹³, superficial stereotypes are ideas about particular people, conditioned by the historical,

¹¹ Webster New Collegiate Dictionary. Springfield, Mass: G. and C. Merriam Co. 1977. P. 571.

¹² Ibid. P.1141.

¹³ Pavlovskaya A. V. Ethnic stereotypes in the light of intercultural communication // Bulletin of Moscow State University. Ser. 19. Linguistics and intercultural communication. 1998, PP.101-104.

international, internal political situation, or other temporary factors. They change depending on the situation in the world and society. These are, as a rule, images-representations associated with specific historical realities. As for the deep (primal) stereotypes, they are stable, do not change over time, are passed down from generation to generation, and are perceived as reality, a “biological fact”. Deep (primal) stereotypes were formed a long time ago.

Afif al-Buni studied in detail a number of Western encyclopedias in order to identify the image of the Arabs that is present in them. For this purpose, the scholar looked through the British, Jewish, Great Soviet, and French encyclopedias. He found that all these encyclopedias did not reflect the difficult history and identity of the Arab-Muslim world (especially the Arab countries outside the Arabian Peninsula) since the advent of Islam.

Ziyad Abu Ghuneima also mentioned that the British education agency is creating a distorted image of Islam and the Arabs. The Encyclopedia Britannica, according to him, says that Muhammad “claimed” to be a prophet sent by Allah, he is the greatest and last of the prophets, and the Arabs worship Muhammad and believe that the world was created from Muhammad's light.¹⁴

Denis Diderot, editor of the French Encyclopedia, calls Prophet Muhammad "Antichrist, murderer, kidnapper of women, and the worst enemy of the free mind." The History of Humanity: Scientific and Cultural Development¹⁵, published by UNESCO, characterizes Islam as “an eclectic mixture of Jewish and Christian beliefs, complemented by the pagan customs of Arabs, which Islam has immortalized as tribal rituals, giving them doctrinal strength ...”¹⁶

In the British Dictionary of World History, we read that the international mafia network has Arab roots, and the criminal Arab nature, not disdaining robbery and murder, supposedly confirms this thesis.¹⁷

The researcher, Al-Qazzaz, in 1979-1980 conducted an in-depth study of the world history textbooks used by high school teachers in two American states – California and Nebraska, as well as in the American capital, Washington. Al-Qazzaz made five main observations on this matter:

First, these textbooks spoke about Islam very sparingly and superficially. They provided brief information about the pillars of Islam and the main principles of its doctrine and also mentioned Prophet Muhammad. In these textbooks, nothing was reported about the contribution of Muslims to human culture, the achievements of the Islamic civilization in science, medicine, and philosophy were completely ignored. They were silent about the 700-year history of the Muslim reign in Al-Andalus.

Second, in these textbooks Islam was called “Mohammedanism”, and this name suggests that Muslims perceived Muhammad as a God, or a deity.

¹⁴ Ziyad Abu Guneim. Zionist control of the world's media. Amman: Dar Amman, 14/04/1984. P. 116 (in Arabic).

¹⁵ History of humanity: scientific and cultural development. VII: The Twentieth century. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000147371>

¹⁶ Cit. Ex: Ziyad Abu Guneim. Zionist control of the world's media. Amman: Dar Amman, 14/04/1984. P. 116 (in Arabic).

¹⁷ Ibid. P.117.

Third, some of these textbooks contained images of Prophet Muhammad¹⁸ with comments and explanations to them.

Fourth, the textbooks paid an inordinate amount of attention to military issues in Islam and talked a lot about jihad, or “holy war”. In one of these textbooks, for example, there was the following phrase: “Contrary to the teachings of Christ, Muhammad glorified what he called “holy war””.

Fifth, these textbooks stated that women in Islam are deprived of all rights and oppressed. Some authors have argued that women and girls eat only scraps from the table of men and sons, boys are taught to see their mothers as only servants, and girls are not “counted” among children.¹⁹

In the modern era, the media have given this problem a qualitatively new dimension; they have assumed the function of popularizing distorted stereotypes of the Arabs and Islam, formed by orientalists, politicians, and some representatives of the academic community. Thanks to the breadth of their audience, appeal, and influence, the Western media were able to turn the distorted stereotypical perception of Islam and the Arabs into a subject of increased attention of the Western individual. The Arabs and Islam – especially in times of crisis – have become the topic of forums and public debate. Therefore, we can talk about a clear negative role of the media in rooting stereotypical ideas about the Arabs and Islam in the Western mind.

A scientist analyzing the vectors of stereotyping in the Western media will easily notice that none of the religions, civilizations, and nations is the object of such systematic and purposeful falsification as the Islamic religion, civilization, and nation. It can be said without exaggeration that the constant distortion of the image of the Arabs and Islam in the modern Western media is a phenomenon, unique in its nature, motivation, and results. At the same time, this is a specific phenomenon that is absolutely different from other attempts to create distorted images of peoples neither in quantitative nor qualitative parameters.

This phenomenon encompasses all segments of society, even educational institutions such as universities and academic institutions, which in theory should be objective and unbiased.

In our study of the Western media, we will limit ourselves to analyzing the main means used to create these stereotypes, which will help us understand the essence of these media and, at least in general terms, assess the degree of their influence on the public consciousness. As an example, we will only restrict ourselves to the media of a few Western countries that had a particular influence in the Muslim countries and which occupy an important place in the world to this day; such states are France, but mainly the USA, Great Britain and Canada. As for the press of other Western countries, it will not be considered in the thesis.

The Western media do not write about everything, as is commonly believed. They write only about what brings commercial benefits and fits into a certain stereotype. To put it differently, we are dealing with what can be called the technology

¹⁸ Images of Muhammad and all other prophets are prohibited in Islam and are considered idolatry.

¹⁹ Jarrer A. The Treatment of Arabs in US social Studies Textbooks: Research Findings and recommendations // Ghareeb E. Split vision ... PP. 369-380.

of permanent “hidden censorship”, disguised as immediate interests or as a pre-existing opinion, including stereotypical images.

Before moving on to the phenomenon of Islamophobia in England, which was indicated as a dangerous social phenomenon in The official report, let us turn to the results of a study conducted by Dr. Elizabeth Poole.²⁰ Looking through the issues of The Guardian and The Times over 5 years, she found 6,000 articles devoted to Islam, and only 800 of them were devoted to Muslims in England, resulting in making Islam begin to look like some kind of an alien phenomenon in the country. The most frequent stories about the British Muslims were: education (including the problems of financing Islamic schools), the Salman Rushdie case, demands for a law against blasphemy, “Fundamentalism” in the United Kingdom, financing of foreign Islamic groups by organizations operating on the British soil, and gender relations.

A number of popular British media outlets, including The Sunday Times, The Sun, and the Daily Mail published materials on the followers of Islam in the country in December 2016. The authors of the texts referred to the report of the British official, Louise Casey, who conducted a study on religious and national communities living in the United Kingdom.

“Muslims in Britain lead such an isolated lifestyle that they consider Britain to be an Islamic country, where most of the population share their faith. <...> Muslims who live in their communities and go to their educational institutions believe that 75% of the country's population are Muslim,” – such an excerpt from Casey's alleged report was quoted by The Sunday Times.²¹

We have seen the original version of Casey's report, which was published on the website of the UK government. According to the document, the author wrote not about religious minorities in the country, but about immigrants from Asia, without reference to any religion.

Such ideas and stereotypes, which are widespread in the European (in particular, the British) media, contribute to inciting feelings of hostility towards Muslims in the public consciousness of the European countries. The leaders of Western media use them as an excuse to launch propaganda campaigns against Muslims. As a result, a “consensus” of various social strata, secular, and religious movements is created.

²⁰ See: Elizabeth Poole. *Reporting Islam: Media Representations of British Muslims*. I. B. Tauris, 2012.

²¹ Alice Thompson. *The Tories are embracing education apartheid*/The Sunday Times. May 31, 2017. URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/tories-are-embracing-education-apartheid-nfgt3ck6r>

Chapter 2 of the thesis is devoted to the stereotyped image of Islam, its political and cultural influence in the 21st century. There are three paragraphs in the chapter. They are: The stereotyped image of Islam and terrorism influence over the confrontation between the Muslim world and the West, The phenomenon of modern Islamophobia and its horizons in Anglo-Saxon media discourse, Image of Muslims in Anglo-Saxon media discourse.

The theory of stereotyping fully explains the asymmetry of relations between ethnic groups, the origins of geopolitical attachment and enmity, and the tendency of national identity to self-defense.

When we talk about ethnocultural stereotypes, we assume that total ethnic groups are becoming the object of stereotyping. When such stereotypes are formed, deductive and inductive cognitive processes operate in parallel; we tend to judge a representative of a certain ethnic group based on ideas about the whole ethnic group (deduction), and each new observation of an individual of a certain nationality adds more and more new features to the collective portrait of the ethnic group.

Since 1990, in the group of ethnocultural stereotypes, it has been customary to distinguish autostereotypes (the idea of an ethnos about itself) and heterostereotypes (the idea of an ethnos about other ethnic groups in a wide variety of aspects such as cultural, geographical, historical, geopolitical, religious, tourist, economic, socio-cultural, gastronomic, etc.). In general, the autostereotype is characterized by positive modality and considerable detail. For heterostereotypes, on the contrary, typical are mostly negative expression, schematic, tendentious, incomplete, inversion. However, it should be noted that the group stereotypization is based on the binary opposition “we/they”. The idea of “them” is differentiated depending on a number of factors and experience of contacts between ethnic groups, their common history, and media presentation.

Structurally, an ethnocultural stereotype is similar to any anthropostereotype as it contains cognitive, affective, and conative components. If knowledge about ethnicity dominates over emotion, the cognitive core of the stereotype is actualized. We propose to use the concept of “sociotype” to denote such a rationalized reliable stereotypical idea of an ethnic group.²²

An emotion that absorbs a cognitive component can channel a stereotype into a xenophobic channel. Under such conditions, an irrational fear of aliens is actualized. Xenophobia reveals itself both as a dangerous socio-psychological phenomenon and as a media phenomenon, which can also have destructive consequences for society. In this case, stereotypes that include an expressive conative component, that is, a behavioral attitude that determines not only an attitude, but also a direct action in relation to objects of stereotyping, become the most dangerous.

Analysis of ethnic stereotypes proves that they are the result of an ethnocentric reaction, an attempt to only evaluate other people from the standpoint of one’s own culture. Any ethnically marked media discourse implicitly or explicitly contains instructions on stratification of realities according to the principle of friend/foe.

²²See more detailed in: Tavador G.T. *Ethnology. Textbook for universities M.*: Project. 2002. 352 pp.

Xenophobic sentiments appear in journalistic texts through separate stereotypical images, or entirely polarized materials accordingly. Journalistic materials are quite representative in relation to the clarification of the tonality of the attitude of representatives of some ethnocultures to others. As the researcher of stereotypical forms of Islam in the American media discourse notes, “the combination of the study of stereotypical ethnic nominations and their manipulative component on the materials of the mass media makes it possible to trace the imposed preconceived views of the English-speaking readership and journalistic audience in relation to other ethnic, cultural, or religious groups that are considered “alien” to this society, and also to note the latent influence of such nominations, views on "friends", and to explore the mechanisms of the formation of social prejudices.²³

A characteristic feature of heterostereotyping in the mass media is the absolute passivity of the object of stereotyping; the “other” does not affect the process of its stereotypical processing and representation, which makes quite wide opportunities available to inversion and manipulative manifestations.

The uncontrollability of mass media discourse practices in the creation of stereotypical images of Islam in the vast American media necessitates constant monitoring and analysis of a certain text stream to prevent negative reputational and image influences on geopolitics.

Stereotyping frequently occurs at the level of evaluative clichés that influence the axiological structure of the Islamic narrative and polarize the perception of even seemingly neutral texts. Such clichés are the phrases like “Islamic extremism”, “Islamic terrorism”, “Islamic fundamentalism”, “radical Islamism”, etc.

At the same time, a “vicious circle” arises: a mass media statement about the Islamic extremism is given legitimacy by affirmative scientific assessments of this phenomenon, which, in turn, borrow negative phrases about Islam from everyday discourse. In this regard, the decision taken by the US Congress to call Islamic terrorism “anti-Islamic activity” and Islamic fanatics as people “engaged in anti-Islamic activity” is undoubtedly a positive moment.

Practically, in the world media “agenda” the topic of Islamophobia really took root after the terrorist attacks of September 11, 2001 that caused a gradual revision of relations between the United States and the Islamic world.

The social functions of stereotypes that mediated the mass media coverage and public perception of the events of “Black Tuesday” largely correspond to the ideas of G. Tajfel, which he expressed regarding stereotypes back in the early 1980s. These functions are:

- an explanation of the existing relations between groups, including the search for the causes of complex and tragic events;
- a justification of existing intergroup relationships, for example actions that are performed or planned in relation to external groups.²⁴

²³ El-Aswad E.S. Images of Muslims in Western scholarship and media after 9/11. *Digest of Middle East Studies*. 2013. 22 (1), p. 39–56

²⁴ Tajfel, H. (1982). Social psychology of intergroup relations. *Annual Review of Psychology*, 33, 1-39.

In our opinion, one more function should be added to these functions. It is the adaptive function of stereotyping aimed at the mass consciousness, which was shocked by the unusualness and cruelty of the events and was unable to perceive what was happening outside the actions of the precedent formal and substantial elements.

The construction of a categorical space from the concepts that reflect the socially conditioned expectations of the subjects of stereotyping is the establishment of power relations over the “other”, who are doomed to silence and can only be allowed to speak within the dominant media discourse, according to the concepts that characterize them.

Semantic constructions derived from this stereotype appear in the media environment, which indirectly indicates the involvement of Islam in these accusations like “jihad against the independent press”; “gas jihad”; “oil jihad”; Walt Disney's *Jihadists in Paradise*; “consumer jihad”, and “big jihad”. It is appropriate here to recall the words of J. Frankl: “the destructive, distorted side of “human nature”, which we suppress in ourselves, retains its influence in the lives of “others”, thereby making them not only lower than “us”, but also dangerous for us, our culture, race, religion, and the like.”²⁵

In 2015, ENAR (European Network Against Racism) conducted research and found out that Muslim women are often portrayed by the media as an oppressed group. According to reports, the wearing of a hijab or any kind of religious clothing is viewed by news outlets as a form of violation of women’s rights, which portrays Islam as a religion in a negative way. Through social media platforms banned in Russia, Muslim women are frequently targeted for abuse, sexist abuse, and hate speech. In 2015, 90% of the victims of Islamophobic incidents in the Netherlands reported by *Meld Islamofobia* were reported to be Muslim women. The report also mentions that 64% of the British public receives information about Islam through the media, which may explain why the public is hostile to the Muslim community, especially women.

More than a third of Muslims in the UK said that politicians often make fanatical comments about Muslims. In 2018 the ex-British Prime Minister Boris Johnson compared veiled Muslim women to “mailboxes” and “bank robbers”, which; however, met with strong opposition from the British media.

Scientific discourse regarding the influence of media on the formation of images and identities in the mass consciousness has been ongoing since the beginning of the twentieth century. Scholars have differing views regarding the strength and nature of the media's influence on public opinion. At the first stage of scientific discourse, its participants regarded the influence of the media as quite powerful and capable of changing the worldview of society.²⁶

S. Alatas, J. Guy, F. Lemke introduced the concepts of “peaceful journalism” and “crusader journalism” into scientific discourse. These researchers also viewed the media as a tool for influencing stakeholders. The term “crusader journalism,” according to the authors, was introduced not to offend Christians, but to emphasize: what is happening in the media now? is not a military crusade, but its informational

²⁵ See for more details: Frankl V. *Suffering from the meaninglessness of life. Current psychotherapy*. Novosibirsk: Siberian University Publishing House, 2016. – 96 pp.

²⁶ Sztompka P. *Visual sociology. Photography as a research method: textbook. allowance. M.: Logos, 2007.*

manifestation. They came to the conclusion that the media had become a weapon and a tool to control the “flock”.²⁷

State information policy on the formation of the image of a Muslim and Islamic identity can influence not only the level of national isolation of the population, but also the number and types of terrorist attacks, the intensity of recruitment of new members of extremist organizations, the level of civil self-identity of Muslims - the level of feeling and perception of oneself as a citizen and the like. However, there are no statistical data or scientific studies on these issues.

In Anglo-Saxon media there are two main vectors that shape the image of a Muslim and Islamic identity.

1. The Western vector creates an unfriendly image, which can be perceived positively only in the context of clashes between Muslims and the authorities.

2. Actually, the Muslim vector, which is supported by Muslim organizations of various directions and in their media, forms not only a positive image of a Muslim, but also the desired identity, since Islam has many movements.

An analysis of the website of the British newspaper “Daily Mail”²⁸ shows that texts mentioning the Islamic affiliation of the publication’s heroes are quite common in this publication. Moreover, it contains texts with manifestations of hate speech directed against people of the Muslim faith. We selected texts from 2010-2020 using a random sampling method. behind the keyword Muslim. In total, the site contains more than 70 thousand publications that contain this keyword.

Although the Daily Mail has been repeatedly accused of inciting Islamophobic views, it continues to publish stories containing hate speech against Muslims.

Chapter 3 of the thesis examines the image of a Muslim woman transforming in the UK, the USA and Canadian mass media. There are also three paragraphs such as Analysis of a Muslim woman image transformation in the UK media texts, Analysis of a Muslim woman image transformation in the USA media texts, Stereotyping of Muslims in Canadian media.

Today, modern linguistics has begun to pay considerable attention to the problem of social gender and its reflection in linguistic semantics. Despite the fact that social and sociocultural gender is not related to the categories of linguistics, its content can be revealed by analyzing the structure of a language, which may explain the fact that linguistic competence is quite in demand in the study of the cultural representation of gender. Initially, psychology introduced the concept of “gender”, defining with this word the social and psychological status of a person from the point of view of masculinity or femininity. An important role in the development and maintenance of the gender system belongs to the consciousness of people. The gender consciousness of an individual is constructed due to the fact that social and cultural stereotypes, norms, prescriptions, the violation of which entails “punitive” sanctions, are spread and preserved.²⁹

²⁷ Harutyunyan Yu. V. Ethnosociology: textbook. manual for universities / Yu. V. Harutyunyan [etc.]. URL: <https://socioline.ru/pages/yuv-arutyunyan-etnosotsiologiya..>

²⁸See: Mail Online. URL: <https://www.dailymail.co.uk/home/index.html>

²⁹ Gritsenko E.S. Language as a means of constructing gender: diss. ... DSc in Philology. Nizhny Novgorod, 2005. P.77.

Gender is constantly influenced not only by cultural norms that establish the responsibilities of men and women, but also by social information that tells society how much difference there is between a man and a woman. The institution of the family in the Arab-Muslim societies is a solid social structure based on legal norms such as marriage and family rules, property relationships, marriage ceremony, kalym (bridewealth), childbearing, raising children, and the division of functions between husbands and wives. The rules and features of family life are clearly spelled out by the Shariah, as well as by well-established traditions and customs. Thus, in order to understand this problem, Western researchers need to have a good understanding of the provisions of the Islamic law, as well as the Islamic traditions and customs. In the West, a woman is viewed outside the social context, that is, as a single individual. She is not viewed from the perspective of the family, which implies imposing on a woman a certain responsibility and role corresponding to her biological functions.

In the West, the problem of Muslim women is being discussed outside any religious context, that is, while ignoring the values and provisions of Islamic law. Some Islamic laws governing civil status and marriage life are declared in the West to contradict the principle of gender equality and violate the rights of women. Therefore, these laws were also recognized as a tool for oppressing women. Among the institutions and traditions condemned by the West, one can see the kalym (bridewealth), the man's responsibility for family expenses, the peculiarities of inheritance, the roles of the mother and wife, the general family structure, the man's right to divorce his wife, the principle of guardianship, travel only with the permission of the husband and relatives, polygamy, and the principle of raising children by a woman. In the Western societies, they call to achieve full equality between the sexes in all matters, as well as to give women the right to have an abortion, and even choose the type of sexual relationship.

Nevertheless, a completely different image of a Muslim woman is popular in the media, the image of a suicide bomber, which arose after the representation of the hostage-taking at Nord-Ost, and a woman, who is fighting for a passport photo with a headscarf. The formation of such images in the media inevitably led to the spread of negative stereotypes in societies towards Muslim women, which, in turn, led to the construction of an "enemy image".

In the media texts in Great Britain, certain types of "hate speech" can be distinguished. They are used in the media in relation to Muslim women as they

- call for violence and discrimination (explicit and veiled);
- justify historical cases of violence and discrimination;
- create a negative image of a particular group;
- spread statements about the inferiority of a particular group (about moral shortcomings);
- mention a group as a whole or its representatives in a humiliating or offensive context (including in a criminal chronicle);
- give rise to statements about the criminality of a particular group;
- accuse a particular group of negative influence on the society and country, and call to prevent consolidation of migrants belonging to one ethnic or religious group or

another in the region (district, city, etc.) (For instance, protests against the construction of a mosque);

- clearly cite xenophobic statements and texts, and similarly provide space in newspapers for explicit nationalist propaganda without editorial commentary or other polemics.

These methods create specific “media images” of different national, ethnic, and religious groups in the UK media. The author of the study analyzed a significant number of materials published in the Western press. These publications were examined for the presence of the following criteria: a call to abolish the guardianship of religion over women, bias in the coverage of the problems of Muslim women, generalization and exaltation of the image of Western women, as well as the influence of the ideology of the Western feminist movements, and the use of double standards in the analysis of these problems.

Thus, the Western media, covering the problem of Muslim women, use the method of selectivity and bias, condemning hijab, polygamy, gender division, etc. The criterion for criticism is the authority of the sociocultural model that has formed in the Western countries. However, Muslim women do not care about the achievements in the women's issue, carried out within the framework of the Western model. Therefore, they will continue to wear the hijab.

To conduct a content analysis of media texts, we made a selection of publications from such US media as The New York Times, The Wall Street Journal, and USA Today. Historically, the core of the American media has been and still is a purely commercial relationship. Any news that can be traded and that arouses the interest of the general public will appear in newspaper strips or on-air of the audiovisual and online media. When several thousand people protested against the construction of an Islamic center in downtown New York, the news hit the top news in no time. In order to attract and surprise a wide audience, the American media began to portray this news as something extraordinary, forcing the misinterpretation of Islam and making it a victim of the media.

Often, news that has at least some relation to Islam is not even of particular importance and value, but the American media present this news in a sensational way, making, figuratively speaking, a mountain out of a molehill.

Such news spreads instantly, and the majority of the public due to the “competent” interpretation perceives them incorrectly, resulting in tensions to arise in the society. We do not assert that the American media propagandize anti-Islamic sentiments purposefully; the necessary information message occurs by itself in connection with the historically formed Western ideas about Islam. The image of Muslim women in the media can be both negative and positive since everyone has the right to interpret this issue in their own way.

Here, it is advisable to refer to the classification of prohibiting norms in the US media:

- bans in the field of religious issues;

- prohibitions that relate to food, gambling, alcohol, witchcraft (carrion, blood, pork and that upon which the name of not Allah has not been pronounced is considered forbidden);

- prohibitions that relate to such categories as morality and ethics: disobedience, shamelessness, acts of fraud, cheating, offensive language, slander, manifestation of anger, pride, suspicion, hypocrisy, and everything that is considered immoral;

- prohibitions of the legal order (the main thing here is the inviolability of human life, property).

Thus, the problem of the perception of the image of Muslim women in the representation of the media is especially relevant at the present time when various ideological trends urge Muslim women to gradually abandon their religion and traditional values. The processes taking place today in the Western media, especially the American media, are the result of an incomplete understanding of the Islamic religion and Muslims in general. Our analysis has shown that the western media discourse contains linguistic means that describe Islam in a largely negative connotation. Having considered only a few of them, it was revealed that Islam is mainly mentioned in the press of Western countries in the light of terrorist acts in relation not only to people of other faiths, but also to Muslims who profess Islam of a different way.

Media discourse includes the entire set of linguistic and extralinguistic factors, the communicative space of functioning of a certain text material, its cultural, ethnic, social context, subtext, and the like ones.³⁰

In media discourse, information is formatted using linguistic means in such a way as to form a message that will be perceived by the general audience as true and will have the necessary influence on it.³¹ Therefore, media language is characterized by the use of many types of stereotypes, among which ethnic stereotypes occupy one of the key positions.

Ethnic stereotypes as standardized and schematized representations of representatives of one people relative to another are an integral part of the conceptual sphere of society. The formation of ethnic stereotypes in media discourse is based on a system of social prejudices that acquire new meanings in a certain communicative situation or in conditions of intercultural interactions.³² Verbalization of ethnic stereotypes occurs with the help of both individual lexical units and phraseological units, sentences that undergo lexicalization and idiomatization and are reproduced automatically in speech in the presence of certain associations in a communicative situation.³³

Since media sources in different English-speaking countries portray Muslims differently, depending on the social and ethnic specifics of the conflict, let us consider, for example, the features of the representation of Muslims in Canadian media

³⁰ Dobrosklonskaya T. G. Media discourse as an object of linguistics and intercultural communication // Bulletin of Moscow University. 10. Journalism. 2006. No. 2. P.21.

³¹ Ibid.

³² Zinovieva E. S. Study of discourse within the framework of media linguistics//Verkhnevolzhsky Philological Bulletin. 2016.№ 3. P. 37.

³³ Ibid.

discourse. The process of formation and functioning of anti-Muslim stereotypes in Canada is influenced by several factors. Due to its geographic proximity to the United States and the similarity of economic and social development of these two countries, Canada is also a country characterized by intense migration processes. The number of migrants from the Middle East is approximately 13%. Canada also supported the United States in the War on Terror, which was declared after the events of September 11, 2001.³⁴ This support has led to an increase in Islamophobia (displays of fear or hatred of Islam), which in turn has influenced the stereotypical representation of Muslims in Canadian media.

An outstanding feature of Canada's social space, compared to other English-speaking countries, is that Canada was formed from two colonial "founder" peoples (and most of their religious traditions) – the English and the French. Today the country has two official languages; the doctrine of multiculturalism was also adopted. All these factors contribute to a more moderate attitude towards migrants, since they are also protected by the doctrine of multiculturalism and have the right to preserve and develop their cultural traditions in Canada.³⁵

In general, Canadians are very respectful of the provisions of the doctrine of multiculturalism; most of the country's domestic policy is built on it. This, in turn, influences the more restrained nature of statements regarding ethnic communities in the press compared to the US press.

However, after the terrorist attacks in Paris at the end of 2015, the level of anti-Muslim aggression in Canada increased significantly: cases of beating of Muslim men whose appearance corresponds to the stereotypical image of a Muslim (black hair, long beard, dark skin, dark eyes, traditional clothes) were recorded. Also in the first few months after the Paris attacks, Muslim women wearing hijabs or burqas, which are also a stereotypical image and characteristic of Muslim women in the imagination of ordinary Canadian citizens through media stereotypes, suffered physical attacks.³⁶

Some Canadian publications deliberately distort the facts and blame all Muslims without exception for the bloody events that took place with the participation of several dozen of their radical co-religionists. This trend contributes to the polarization of Muslims as a whole as an ethnic group and the application of a stereotype of responsibility for the actions of Islamic terrorist organizations to them.

At the same time, when representatives of the Muslim community themselves try to explain that they should not be identified with representatives of radical Islam, media sources deliberately present such news along with facts of criminal actions of terrorists, manipulating the reader's perception.

Due to the peculiarities of past migration processes and close connections with both the media culture of the United States and with European publications (especially French), Canadian media stereotypes regarding Muslims contain standard images of the "terrorist" and "woman in a hijab." Journalists closely monitor terrorist attacks in North America and Europe and report such events, usually in a biased manner. Muslim

³⁴ Inviting terrorism? Canada's immigration policy and implications for national security. URL: <https://www.cfc.forces.gc.ca/259/290/317/305/purdy.pdf>

³⁵ Xenophobia in 2017 // Levada Center. 2017.23.08. URL: <https://www.levada.ru/2017/08/23/16486>.

³⁶ Malashenko A.V. Should we be afraid of Islam? M.: The whole world, 2017. P. 47.

terrorists are identified with Muslims as an ethnic group in general, and responsibility for their actions is placed on Muslims closest to Canadian journalists.

Secondly, in the Canadian mass media, the same event can be depicted from radically different points of view, using both negative and positive stereotypes regarding Muslims. The position of the media depends on the political force with which they sympathize, the degree of objectivity of journalists, the region and the attitude of the editorial staff to ethnic issues in general.

Thirdly, in the Canadian press there are noticeable tendencies towards debunking standard stereotypes regarding Muslims and mitigating the West-East conflict through a more tolerant portrayal of certain situations and an attempt to cover events objectively.

In conclusion, the results of the author's research activities are presented, summarizing the research results obtained and identifying further forecasts for the development of Anglo-Saxon media discourse in the representation of Muslims and Muslim women.

List of works published by the author on the topic of the dissertation:

1. The Image of Muslims in the Anglo-Saxon Media Discourse // Journalist. Social Communications. No. 3 (51). 2023. PP. 54-62.
2. Stereotyping of Muslims in Western Media // Journalist. Social Communications. No. 3 (51). 2023. PP. 63-72.
3. The Historical Form of the World of the Stereotype Image of Islam in the Anglo-American Media Discourse // Voprysi Istorii 2021. No. 1. PP.198-211.
4. Revisited the Attitude on Muslims in UK: Media Review // Mass Media of Russia and Foreign Countries: Global and National. Collection of Scientific Articles. 2020. PP. 12-19.
5. Copyright Protection in India And Access To Specific Media Content // EpSBS – Volume 76 – SCTCMG 2019. 2020. Future Academy. PP. 2170-2180.
6. On the Issue of Creating a Stereotype of Muslim Woman in the Media Texts of the USA // Psychology. Historical and Critical Reviews and Modern Research. 2019. No. 5-1. PP. 58-66.
7. Mohammed Abuhamdiya. The Phenomenon of the Muslim Woman in Mass Media of Great Britain // Psychology. Historical and Critical Reviews and Modern Research. 2019. No. 5-1. PP. 67-77.

Mohammed A. H. Abuhamdiya (Palestine)

**THE IMAGE OF A MUSLIM WOMAN
IN ANGLO-SAXON MEDIA DISCOURSE**

The dissertation research presents a study of the historical prerequisites for the formation of stereotypical ideas about Islam, Arabs and in particular about Muslim women in political thought and the media of Western countries through a comparative analysis of media texts in the UK, USA, Canada; their role and influence on Western politics.

The scientific work provides a critical analysis of the problem of stereotypes in Western socio-political thought and the media, as well as various forms of manifestation of these stereotypes in the public consciousness of Western countries in general and Anglo-Saxon society in particular. The dissertation proves the direct and indirect reflection of stereotypical images of Islam in general and Muslim women in particular in the theoretical thought and public consciousness of Western countries, as well as the influence of these stereotypes on political theories and journalistic thought in the Anglo-Saxon world; the phenomenon of modern Islamism is analyzed.

The author reveals the relationship between individual theorists “hostile” to Islam and the practical interests of a number of Western political figures, as well as the negative consequences of such a position for the development of the process of interaction between the Islamic world and Anglo-Saxon countries.

Абухамдия Мохаммед А. Х. (Палестина)

**ОБРАЗ ЖЕНЩИНЫ-МУСУЛЬМАНКИ
В АНГЛОСАКСОНСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ**

В диссертационном исследовании представлено исследование исторических предпосылок формирования стереотипных представлений об исламе, арабах и в частности о женщине-мусульманке в политической мысли и СМИ западных стран через компаративный анализ медиатекстов Великобритании, США, Канады; их роли и влияния на западную политику.

В научной работе дан критический анализ проблемы стереотипов в западной социально-политической мысли и СМИ, а также различных форм проявления этих стереотипов в общественном сознании западных стран в целом и англосаксонского общества в частности. В диссертации доказывается прямое и косвенное отражение стереотипных образов ислама в целом и мусульманских женщин в частности в теоретической мысли и общественном сознании западных стран, а также влияние этих стереотипов на политические теории и журналистскую мысль в англосаксонском мире; анализируется феномен современного исламизма.

Автор раскрывает взаимосвязь между отдельными теоретиками, «враждебными» исламу, и практическими интересами ряда западных политических деятелей, а также негативные последствия такой позиции для развития процесса взаимодействия исламского мира и англосаксонских стран.

Подписано в печать: 15.03.2024
Заказ №19873. Тираж 100 экз.
Бумага офсетная. Формат 60х90/16.
Типография «11-й ФОРМАТ»
ИНН 7726330900
115230, Москва, Варшавское ш., 36
(977) 518-13-77 (499) 788-78-56
www.avtoreferat.ru riso@mail.ru

