

Интернет-журнал «Мир науки» / World of Science. Pedagogy and psychology <https://mir-nauki.com>

2018, №2, Том 6 / 2018, No 2, Vol 6 <https://mir-nauki.com/issue-2-2018.html>

URL статьи: <https://mir-nauki.com/PDF/72PSMN218.pdf>

Статья поступила в редакцию 10.03.2018; опубликована 22.04.2018

Ссылка для цитирования этой статьи:

Муслимова К.И. Мусульманская женщина: трансформация статуса и процесс идентификации // Интернет-журнал «Мир науки», 2018 №2, <https://mir-nauki.com/PDF/72PSMN218.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

For citation:

Muslimova K.I. (2018). Muslim woman: transformation of status and identification process. *World of Science. Pedagogy and psychology*, [online] 2(6). Available at: <https://mir-nauki.com/PDF/72PSMN218.pdf> (in Russian)

УДК 316.4

ГРНТИ 04.61

Муслимова Кристина Игоревна

ФГБОУ ВО «Российский государственный социальный университет», Москва, Россия

Аспирант

E-mail: myslimo@mail.ru

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-6110-4506>

РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=919948

Мусульманская женщина: трансформация статуса и процесс идентификации

Аннотация. Поднимается вопрос о статусе мусульманской женщины в условиях постоянных изменений и перемен. Подчеркивается, что религиозная принадлежность является основополагающим и мощным источником духовного становления и развития мусульманки. В статье делается упор на визуализацию образа женщины, по которому можно проследить ее конфессиональную принадлежность. Приводятся известные авторы научных работ по анализу образа и повседневных практик мусульманок, их места и роли в российском обществе, послужившие теоретико-методологическими основаниями написания данной статьи. Акцентируется на визуальном образе в одежде монотеистических религий, таких как иудаизм, христианство и ислам. Резюмируется, что форма одежды женщин во всех религиях тяготеет к идентичному восприятию их образа: все женщины покрывают голову и носят длинные одежды. Подробно рассматривается феномен понятий внешний и внутренний хиджаб. На примере религии ислам доказывается взаимное влияние религии на моду и моды на религию. Представлены результаты репрезентативного социологического исследования, руководителем и исполнителем которого является автор статьи. Подчеркивается, что хиджаб не только предмет гардероба женщины, это ее идеология и внутренний духовный мир. Осмысливаются черты характера современной мусульманки в условиях трансформации статуса и постоянного процесса идентификации, рассуждается о ее поведении и манерах, демонстрирующих социуму. Делается вывод о том, что мусульманская женщина должна прилагать усилия утвердить для себя исламский стиль, как в своем поведении, так и в целом в своей повседневности, а образ ее жизни должен стремиться соответствовать понятию внутренний хиджаб.

Ключевые слова: идентификация; культура; общество; мусульманка; мегаполис; самоидентификация; хиджаб; трансформация

Дискуссии о статусе мусульманской женщины, несмотря на многочисленные российские и зарубежные исследования, на данный момент продолжают быть острыми и актуальными, а сам вопрос о положении мусульманки в трансформирующемся обществе так и остается до сих пор нерешенным и находится в глубоком научном поиске. Интерес к поднятой проблематике вызван как необходимостью правильного и даже иногда адекватного формулирования основных положений, указывающих на статусность мусульманской женщины, так и стремлением опровергнуть не состоятельные мифы, зачастую достаточно обидные для мусульман, порождаемые в условиях все большего научного и общественного интереса к процессам идентификации [2, 3].

Возникает вопрос: кто она, современная мусульманская женщина, как себя чувствует в условиях стремительно изменяющегося мира и широкомасштабных перемен во всех сферах жизни общества.

Если говорить о вероисповедании человека, то религиозная принадлежность всегда считалась основополагающим и мощным источником духовного становления и развития личности. Идентифицируя себя через отношение к определенной вере, люди стали открыто соблюдать каноны и предписания, в частности, совершать молитвы, ходить в храм, мечеть или синагогу, отмечать религиозные праздники, носить религиозную одежду. С 90-х годов прошлого столетия у россиян появилась возможность, причем одобряемая социумом, публично заявлять о своей принадлежности к определенной религии [1].

Как мы знаем, в вопросе религиозной идентичности особенно актуальным для научного познания становится визуализация образа человека, придерживающегося определенного вероисповедания. Несомненно, по одежде и имиджу индивида можно проследить его конфессиональную принадлежность.

Значительный вклад в исследование жизни женщин мусульманок, анализа их повседневных практик и в целом исламской религиозности и идентичности внесли работы известных ученых, среди которых особо хочется подчеркнуть вклад Л. Салахутдиновой, Ю. Гуреевой, Г. Сабировой, И. Кузнецовой-Моренко, Г. Балтановой, Е. Ходжаевой, Е. Шумиловой, Г. Сайфутдиновой, Т. Титовой, Д. Гараева [6, 7].

Образу мусульманки, уровню и качеству просвещенности среди мусульманских женщин, их места и роли в истории России посвящены работы Р. Вента, Л. Королевой, А. Королева, Ю. Гусевой, С.П. Шендриковой, Л.З. Чубукчиевой, А. Горькановой, И. Алексева. Правовой статус мусульманок освещен в работах Г. Балтановой, З. Бараевой, Ю. Гусевой, Ю. Сизова, З. Курбанова.

Положение женщин мусульманок на постсоветском пространстве исследовали такие известные ученые как: К. Харрис (Таджикистан), А. Кремер (Узбекистан), М. Тохтаходжаева (Узбекистан), О. Моргунова (Великобритания), Г. Гаджимурадова (Франция, Германия, Нидерланды, Великобритания), Ю. Гуреева (Азербайджан), Г. Досанова (Казахстан), Х. Фатхи (Казахстан, Узбекистан, Таджикистан), В. Прищепова (Средняя Азия), М. Южанина (Марокко, Египет, Иордания), М. Кютюкчю (Турция) и др.

При детальном изучении монотеистических религий, таких как иудаизм, христианство, ислам, становится очевидным, что форма одежды женщин во всех религиях тяготеет к идентичному восприятию их образа: все женщины покрывают голову и носят длинные одежды [8].

Обратимся к истории. По традиции, еврейские женщины всегда покрывали голову платком. Проживая в Европе, они продолжали носить головной убор до XIX века. Однако внешнее давление европейской культуры и общественного мнения заставляли многих из них отказаться от исполнения своих религиозных обязанностей – ходить с покрытой головой.

Некоторые из женщин считали более удобным для себя заменить традиционный платок на парик или, на другую форму головного покрыва. На сегодняшний день многие иудейки не покрывают голову за исключением тех случаев, когда посещают синагогу.

Рассматривая наряды православной женщины, отметим, что в древней Руси одежда всегда состояла из длинного платья и головного убора. Если женщина снимала с себя платок и оставалась с непокрытой головой, то в народе считалось, что она опростоволосилась, т. е. совершила промах, ошибку. Такие действия вызывали общественное негодование и считались крайне неодобряемыми или даже отрицательными поступками. На сегодняшний день предписанных правил относительно женской одежды в христианском вероисповедании, придерживаются только при посещении храма или святых мест. Данное утверждение не относится к монахиням и священнослужителям, т. к. их одежда должна покрывать волосы и закрывать все тело, вне зависимости от их местонахождения.

Внешний образ мусульманки – это длинные, свободные, не прозрачные одежды, закрывающие все тело, кроме лица и кистей рук, покрытая голова, то есть хиджаб. К сожалению, относительно мусульманок, в современном обществе у некоторых граждан бытует мнение, и оно достаточно устоявшееся, что это угнетенная и несчастная женщина, вынужденная постоянно носить черный хиджаб, во всем безропотно подчиняться «своему» мужчине и никогда не иметь собственного мнения, а если уж и иметь собственные суждения, то держать их глубоко и при себе [6]. Такое убеждение уже давно и в корне опровергнуто. Всеми своими действиями современная мусульманка показывает свою свободу и духовность, уважение и бережное отношение к своей культуре.

В социологических науках идентификация, определяется как перенесение личностных качеств другого человека на себя, стремление их актуализировать в своей личности [1]. В психологии идентификация человека – это реакция его психики на действительность, при которой происходит процесс ассоциации себя с определенной группой лиц или другим индивидом. Ориентироваться на стабильные параметры, это значит идентифицировать себя с другими и в зависимости от этого, «настраивать» свою личность. Психологами термин «идентификация» применяется также и в том случае, если у индивида возникают мысленные перевоплощения и эмпатические переживания после того, как он «вживается» в образ кинематографического персонажа или литературного героя, приписывая себе те же качества, которым обладает выбранный образец или эталон [1, 3].

Говоря об идентификации мусульманских женщин, визуально мы в первую очередь подразумеваем образ женщины в хиджабе. Для мусульманки он является не просто одеждой, а формой поклонения, состоящий из двух аспектов: внешнего и внутреннего [10].

Стараясь развести названные два понятия, особо отметим и обратим внимание на тот факт, что внешний хиджаб – своего рода феномен, важная деталь гардероба, которую женщина с гордостью демонстрирует обществу, подчеркивая тем самым свою индивидуальность и религиозную принадлежность [4]. Современные последовательницы ислама своим внешним видом и образом жизни доказывают, что они являются социально активными гражданами современного социума, участвуют в общегосударственных и общегородских мероприятиях, работают в сфере науки и культуры, а также занимаются бизнесом и постоянно саморазвиваются. Многие из них становятся законодательницами российских и мировых трендов в мире моды.

Внутренний хиджаб является не формой одежды, а глубоким жизненным воззрением и убеждением женщины, прикрывающий ее душу и очерчивающий возможно допустимые границы поведения и олицетворяющий собой культуру ислама для окружающих [8, 9].

На примере религии ислам проследим взаимное влияние религии на моду и моды на религию.

На сегодняшний день, анализируя публикации о женской моде в журналах и интернет порталах можно отметить устоявшийся факт, что становится «модным» носить длинные, женственные платья, подчеркивать скромность в одежде. Многие дизайнеры «переориентируются» на представительниц Востока, исповедующих религию ислам. На обложках «топовых» журналов о моде появляются представительницы исламской культуры.

За последнее время большое количество брендовых компаний создают капсульные коллекции, предназначенные только для мусульманок. Модные современные коллекции позволяют обществу увидеть традиционные наряды женщин Востока с совсем другой, не религиозной стороны и признать, что абайи и хиджабы могут быть изысканными, женственным, стильными. Религиозные мотивы и этнические элементы в одежде позволяют модельерам, привнести в дизайн необычный крой, материалы, расцветку и отойти от привычных шаблонов, что позволяет расширить аудиторию покупателей [5].

Такие модные бренды, как DKNY и Mango ещё в 2014 г. выпустили коллекции мусульманской одежды к месяцу Рамадану (месяц поста по мусульманскому календарю). Японским брендом Uniqlo в качестве разработчика хиджабов и платков была приглашена модельер Хана Таджима – мусульманка японского происхождения, которая живёт и работает в Великобритании. Marks & Spencer – модный дом, который первым из мировых брендов представил в Европе нашумевший мусульманский купальник – буркини. В начале марта 2017 г. Nike представил спортивный хиджаб, для работы над которым были приглашены спортивные звёзды Востока.

Больше всех миром моды запомнилась коллекция мусульманской одежды от дома моды Dolce & Gabbana. В 2016 г. знаменитый бренд представил невероятную по своей красоте коллекцию хиджабов и абай. Модельерам удалось гармонично сбалансировать скромность, к которой призывает мусульманский наряд, и яркую индивидуальность, добавив к чёрному цвету цветочные мотивы, изящные кружева и даже принты с лимонами.

С акцентируем внимание на коллекции мусульманской одежды от дома моды Dolce & Gabbana. Последний показ модного дома предложил женские наряды для мусульманок в единственной цветовой гамме – все наряды были выполнены в черном цвете. Данный тренд наглядно показывает, что модные дома стали ориентироваться на вкусы и предпочтения представительниц Востока – женщин арабских эмиратов, где традиционно принято носить платья черного цвета, называемые «абайи». Вместе с тем, для российского менталитета, черный цвет по-прежнему в большей степени связан с траурными событиями, а длинные черные платья могут вызывать даже негативные реакции в обществе.

Дизайнеры, выпускающие конфессиональную одежду в России, стараются использовать спокойные, «теплые» цветовые оттенки, которые способны вызывать только положительные эмоции. Подчеркнем, с каждым годом мусульманская мода развивается сильнее и активнее, занимая новые потребительские сегменты рынка. Последнее десятилетие представило миру новоявленных креативных дизайнеров, ориентированных на конфессиональную моду и дизайн.

В российском обществе интерес к мусульманской культуре значительно возрастает не только среди мусульман, но и среди представителей других религий, о чем красноречиво говорят публикации последних лет в популярных сетевых изданиях и интернет порталах. Например, онлайн-путеводитель The Village опубликовал статью «Мусульмане Москвы», где сетевое издание <https://360tv.ru/> подробно рассказало о результатах интервью с мусульманками на тему: «Как мусульманки в хиджабах живут в Москве», а сетевое издание «Woman.ru» (Женщина.ру) выпустило большую статью «Как одеваются модные мусульманки в Москве».

В 2016-2017 гг. проведено социологическое исследование среди женщин, исповедующих религию ислам «Степень влияния вероисповедания на повседневный образ жизни», руководитель проекта К. Муслимова. Метод: анкетный опрос, объем выборочной совокупности, формируемой с использованием квотной методики отбора, составил 400 женщин мусульманок в возрасте от 18 до 72 лет.

В ходе исследования респондентам был задан вопрос: «При выборе одежды (украшений) Вы ориентируетесь на предпочтения вашего вероисповедания?». 90 % наших респондентов ответили: «Да, я всегда выбираю одежду, которая не противоречит религиозным нормам», 7 % – «Обычно да, но если вещь очень нравится, то я приобрету ее, не думая о религиозных запретах». И только 1 % от опрошенных ответили – «иногда, в основном на религиозные праздники». Данный ответ был дан женщинами старше 65 лет, которым по канонам религии и в силу их возраста не предписано так строго соблюдать религиозные правила в одежде.

Ответ: «Нет, я живу исключительно по светским законам и стараюсь одеждой не выделяться», выбрали только 2 % респондентов.

Анализируя результаты исследования можно сделать вывод о том, что женщины, исповедующие и соблюдающие ислам, ориентируются на правила и законы своей религии независимо от того выбирают ли они повседневную одежду или праздничный наряд. На основании вышеизложенного, можно сделать вывод, что не только общественное мнение и модные тенденции могут влиять на религиозного человека, но и транслируемые в обществе религиозные требования и предписания оказывают доминирующее влияние на тенденции современной моды.

Женщины мусульманки, проживающие в мегаполисе и исповедующие ислам, порой испытывают трудности в сохранении внешней религиозной идентичности, т. к. порой сталкиваются с негативной реакцией на их образ, вплоть до неприятия их одежды отдельными социальными группами. Тем не менее, их сильные и устойчивые убеждения помогают преодолеть этот психологический дискомфорт, а надевая «закрытую» одежду мусульманки чувствуют себя «защищенными». Это чувство тесно взаимосвязано с понятием внутреннего хиджаба, о котором мы упоминали выше. Феноменальность внутреннего хиджаба заключается еще и в том, что данное понятие не вид одежды, а некий эталон, который определяет уровень личностной религиозности человека и готовность верования; соблюдения всех предписаний и столпов ислама и совершения религиозных практик; проявления толерантности к людям других конфессий и соблюдения правил норм и этикета в обществе.

Хиджаб – это не только предмет гардероба женщины, это идеология женщины, ее внутренний духовный мир. Стиль одежды, включающий в себя ношение хиджаба, требует от женщины как целостной и осознанной жизненной позиции, так и соответствующей манеры поведения. Скромность, стеснительность, застенчивость – черты характера мусульманки, проявляются в ее поведении, являются жизненной позицией и частью веры, воспринимаются женщиной как идеальные. Мусульманские женщины прикладывают максимум своих усилий, демонстрируя социуму достойные манеры, они никогда не допустят в своем поведении игривости, легкомыслия или кокетства. Вступая в разговор с мужчиной, мусульманка ведет себя достойно, разговаривает спокойным тоном, избегает флирта и шутилой манеры. Общение с противоположным полом всегда конструктивно и сводится до уровня, необходимого для делового общения.

Мусульманки, живущие в немусульманском обществе и неукоснительно следующие всем канонам, становятся олицетворением великой культуры ислама для окружающих их людей. Исходя из вышеизложенного, подчеркнем, что в идеале, мусульманская женщина должна стремиться утвердить для себя Исламский стиль, как в своем поведении, так и в целом

в своей повседневной жизни. Учитывая, что выбранная модель одежды это всего лишь один из элементов бытия женщины, образ жизни мусульманки должен стремиться соответствовать понятию внутренний хиджаб.

ЛИТЕРАТУРА

1. Лескова И.В. Социальная идентичность в условиях трансформации российского общества: дис. ... д-ра социол. наук: 22.00.04 / Лескова Ирина Валерьевна. М., 2009. 373 с.
2. Лескова И.В. Ценностные ориентации и социальные практики москвичей // Самоуправление. 2016. № 12. с. 21-23.
3. Лескова, И.В. Проблема культурной идентичности в ситуации кризиса ценностей / И.В. Лескова // Вестник РГГУ. Сер.: Социология. – 2009. – №2/09. – с. 175-182.
4. Муслимова К.И. Хиджаб как часть современной конфессиональной идентичности // Сборник статей по итогам работы научных конференций и круглых столов в рамках XII Недели науки молодежи северо-восточного административного округа города Москвы, 24-30 апреля 2017 года – Москва: ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева, ФГБОУ ВО МПГУ и общая секция окружной конференции СВАО г. Москвы 2017. – с. 713-715.
5. Муслимова К.И. Мода и религия: социологические заметки // Россия и современный мир: капитал, солидарность, субъективность: материалы XXII Социологических чтений (Москва, 6 апреля 2017 г.): сб. [Электронный ресурс] / Российский государственный социальный университет; [гл. ред. Д.К. Танатова]. – М.: Издательство РГСУ, 2017. – с. 193-196.
6. Федорова Ю.Е. «Женский вопрос» в исламе: дискурс о статусе женщины в современном исламском обществе // Философская мысль. 2015. № 10. С. 102-108.
7. Сабирова Г.А. Формирование религиозной идентичности в мегаполисе. На примере женщин-татарок, обучающихся на религиозных курсах в Москве: дисс... канд. социол. наук. – М.: 2006. – 205 с.
8. Сабирова Г.А. Мусульманские идентичности, поколения и дискурсивная традиция ислама в постсоветской России // Традиции и инновации в современной России. Социологический анализ интеракции и динамики. Под ред. А. Гофмана. Москва: РОСПЭН, 2008, с. 520-565.
9. Сайфутдинова Г.Б., Вахиуллина Л.Р. Хиджаб – как этноконфессиональный индикатор в полиэтничном пространстве // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2015. – №11 (82). Ч.II. – с. 106-108.
10. Топчиев М.С. Хиджаб как аффектированный маркер в системе «Свой / Чужой» // Наука и инновации в современных условиях: сборник статей Международной научно-практической конференции (18 декабря 2016 г., г. Екатеринбург). в 5 ч. 5. / – Уфа: МЦИИ ОМЕГА САЙНС, 2016. – с. 231-233.

Muslimova Kristina Igorevna

Russian state social university, Moscow, Russia
E-mail: myslimo@mail.ru

Muslim woman: transformation of status and identification process

Abstract. The question of the status of a Muslim woman is raised in the conditions of constant changes. It is emphasized that religious affiliation is the fundamental and powerful source of the spiritual formation and development of a Muslim woman. The article focuses on the visualization of the image of a woman, according to which her confessional identity can be traced. The well-known authors of scientific works on the analysis of the image and everyday practices of Muslim women, their place and role in Russian society, served as theoretical and methodological grounds for writing this article. It emphasizes the visual image in the clothing of monotheistic religions, such as Judaism, Christianity and Islam. It is summarized that the form of women's clothing in all religions tends toward an identical perception of their image: all women cover their heads and wear long clothes. The phenomenon of external and internal hijab is considered in detail. On the example of Islam religion, the mutual influence of religion on fashion and fashion on religion is proved. The results of a representative sociological study are presented, author of the article being the leader and executor. It is emphasized that hijab is not only a wardrobe for women, it is its ideology and inner spiritual world. The character traits of a contemporary Muslim woman are being interpreted in the context of the transformation of status and the constant process of identification, and she is discussing her behavior and manners that demonstrate the society. It is concluded that a Muslim woman should make efforts to establish an Islamic style for herself, both in her behavior and in her everyday life, and her way of life should strive to conform to the notion of an inner hijab.

Keywords: identification; culture; society; Muslim; Megapolis; self-identification; hijab; transformation