

12. Sirotnina T. V., Miller S. M. Bolnichnaya klounada kak tekhnologiya adaptatsii i reabilitatsii rebenka v bolnichnom uchrezhdenii [Hospital clowning as technology adaptation and rehabilitation of the child in hospital establishment]. *Baikal Research Journal*, 2015, vol. 6, no. 6.
13. Polunin V. Monolog klouna ili pirog iz desyati slojev [The monologue of a clown, or a pie of ten layers]. *Vestnik Evropy* [Herald of Europe], 2001, no. 2. Available at: <http://magazines.russ.ru/vestnik/2001/2/pol.html>.
14. Kempbell Dzh. *Geroy s tysyachyu litsami* [The hero with a thousand faces]. Sofiya, 1997, 226 p.
15. Radford Benjamin. *Bad Clowns*. Albuquerque, University of New Mexico Press, 2016.
16. *Chto takoye koulrofobiya, ili pochemu my boimsya klounov* [What is coulrophobia, or why are we afraid of clowns]. Available at: <https://shkolazhizni.ru/psychology/articles/29420/>.
17. *Ameriku zakhvatyvayut zhye klouny: khronika sobytiiy* [America capture evil clowns: a chronicle of events]. Available at: [https://life.ru/914767/amieriku\\_zakhvatyvaiut\\_zlyie\\_klouny\\_polnaia\\_khronika\\_sobytiy](https://life.ru/914767/amieriku_zakhvatyvaiut_zlyie_klouny_polnaia_khronika_sobytiy).

### **ТРАНСФОРМАЦИЯ ОТНОШЕНИЯ К ХИДЖАБУ КАК К МАРКЕРУ ЧУЖОГО В СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЕ<sup>7</sup>**

**Топчиев Михаил Сергеевич**, кандидат политических наук, старший научный сотрудник

Астраханский государственный университет  
Российская Федерация, 414056, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а  
E-mail: ceo.gfn@gmail.com

**Штонда Валентина Васильевна**, магистр  
Астраханский государственный университет  
Российская Федерация, 414056, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а  
E-mail: shtonda78@mail.ru

С конца прошлого столетия проблема Чужого становится всё более острой, поскольку Чужой стремительно перемещается из внешнего круга нашего бытия во внутренний. Элементы вестиментарной культуры Чужого обретают новую смысловую нагрузку, становятся маркерами чужести, инаковости. Таким наиболее ярким маркером в современную эпоху становится, как ни странно, хиджаб. Если раньше хиджаб был олицетворением отсталости, религиозного гнёта, пониженного статуса и насилия над женщиной, то в настоящее время он становится не только объектом значительного и весьма противоречивого дискурса, но и поводом к политическим провокациям и юридическим конфликтам. Хиджаб на данный момент превращается в достаточно сложный символ, обременённый множеством смысловых нагрузок. Были выделены следующие символические характеристики хиджаба: конфессиональная принадлежность, аффектированная гендерность, поиск компромисса, статусность, новые социальные ориентиры, маркер чужести, и проанализированы их основные черты. Выводы были подкреплены результатами социологического опроса молодежи Астраханского государственного университета (выборка 100 человек) и глубинными интервью. В результате наших исследований мы пришли к выводу, что символика хиджаба, как маркера, становится амбивалентной. С позиции немусульманского общества он становится символом чужести, с позиции мусульманских женщин – символом нового статуса и нового осмысления социума.

**Ключевые слова:** Чужой, маркер, вестиментарная культура, хиджаб, статусность, трансформация

---

<sup>7</sup>Проект выполнен при поддержке РФФИ проект № 15-03-00402 «Чужой / Другой в меняющемся мире: от онтологии к гносеологической типологизации» (The article was supported by the Russian Foundation for Basic research No. 15-03-00402 "Alien / Other in the changing world: from ontology to epistemology typology").

**TRANSFORMATION OF ATTITUDE TO THE HIJAB  
AS A MARKER OF ALIEN IN MORDEN CULTURE**

**Topchiev Mikhail S.**, Ph.D. (Politicly), Senior Researcher  
Astrakhan State University  
20a Tatishcheva Str., Astrakhan, 414056, Russian Federation  
E-mail: ceo.gfn@gmail.com

**Shtonda Valentina V.**, Master  
Astrakhan State University  
20a Tatishcheva Str., Astrakhan, 414056, Russian Federation  
E-mail: shtonda78@mail.ru

Since the end of last century the problem of Alien becoming more acute, as the Alien rapidly moves from the outer circle of our being to the innercircle. Elements of vestimentary culture of Alien acquire new meaning, become markers of otherness, strangeness. The most vivid marker in the modern era becomes, ironically, the hijab. If before, the hijab was a symbol of backwardness, religious oppression, low status and violence against women, at the present time it is not only the object of a significant and highly controversial discourse, but also pretext to the political provocations and legal conflicts. Hijab at the moment is becoming quite a complex character, burdened with many semantic loadings. The article identifies the following characteristics of hijab: religious affiliation, affectively gender, the search for a compromise, a status, a new social reference points, a marker of strangeness and analyzed their main features. Our assumptions were supported by results of the sociological survey of the youth of the Astrakhan State University ( sample size of 100 people) and in-depth interviews. As a result of our research, we came to the conclusion that the symbolism of the hijab as a marker becomes ambivalent. From the position of non-Muslim society, it becomes a symbol of strangeness, with the position of Muslim women – a symbol of a new status and a new understanding of society.

**Keywords:** Alien, marker, vestimentary culture, hijab, status, transformation

Проживая в многонациональном и многоконфессиональном государстве, мы постоянно встречаемся с различными религиозными символами, следуя которым мы практически безошибочно можем определить Своего или Чужого. Религиозная принадлежность, а соответственно и атрибуты конфессиональной вестиментарной культуры являются важными маркерами Своего / Чужого в современном обществе. Это касается в том числе и женской мусульманской одежды. Распространённость в современной реальности образа «чужой» женщины в мусульманской традиционной одежде в средствах массовой информации, фильмах, книгах, журнальных статьях ставит вопрос о необходимости осмысления отношения российского общества к религиозным символам ислама через призму «Свой – Чужой».

Восприятие нами человека как «Своего» или «Чужого» опирается на систему маркеров [1], причём первыми, бросающимися в глаза, являются именно визуальные характеристики. Это, прежде всего, внешность, характеризуемая антропометрическими данными, цветом кожи, волос, разрезом глаз и т.д. Не меньшую роль в визуализации «свойскости» или «чужести» испокон веков играет одежда, главная составляющая вестиментарной культуры. Ещё одним важнейшим маркером является религиозная принадлежность, которая выражается, в том числе, и в визуализированных формах: в ритуальных артефактах, храмовой архитектуре, одежде. Многие из исторических религий имеют воспринимаемые и известные всем маркеры: христианские кресты, женские покровные платки в православии и старообрядчестве, иудейские кипы, мусульманская женская одежда и т.д. Однако на современном этапе ни один из них не является предметом таких острых дискуссий, как хиджаб.

**Хиджаб как символ прошлого.** Понятие «хиджаб» вышло на данный момент за рамки чисто специфического исторически сложившегося элемента женской мусульманской одежды. В современном научном, политическом и культурном дискурсе им обозначается вся совокупность вариантов покрытия женской головы в исламе.

На самом деле спектр такой одежды весьма разнообразен. Это и исторический, времен пророка Мухаммеда «химар» (хымар), арабский абайяс, иранский чадор, пакистанская бурка, никаб в Саудовской Аравии, а ещё чадра, паранджа и т.д. [2, с. 6–7]. Учитывая такое разнообразие, мы будем именовать женский покровный мусульманский атрибут тоже условно – «хиджаб». Признание открытых волос как чего-то нечистого, провокационного, и вследствие этого покрытие женской головы – явление достаточно распространённое в культурах и религиях мира. Собственно сам термин «хиджаб» у суфиев означает мирскую скверну, которая мешает достижению подлинного знания [3, с. 198].

Ещё с конца XIX в. в мусульманских странах началась борьба за женскую эмансипацию, символом которой стало избавление от хиджаба [4, с. 223–224]. В период с конца XIX до начала XX в. ношение хиджаба (впрочем, как и чадры, покрывала и других атрибутов) считалось в европейской среде и среде европеизированных жителей мусульманских стран маркером отсталости, дремучести и несовременности. В глазах Запада подобное облачение женщины было индикатором деградации и общей отсталости мусульманского мира, символом угнетения женщины. Английский востоковед Стенли Лейн-Пул писал: «Деградация женщин Востока – это раковая опухоль, которая начинает своё деструктивное воздействие в раннем детстве и разъедает всю систему ислама» [4, с. 222].

Кроме этого считалось, что ношение хиджаба наносило вред социальной жизни женщины: он препятствовал активному вовлечению женщины в общественную жизнь общества. Сам факт ношения хиджаба был свидетельством более низкого социального статуса женщины по сравнению с мужчинами. «Оно (покрывало) мешает ей в случае нужды зарабатывать себе на пропитание, лишает супругов сладости умственной и нравственной жизни. При нём невозможно существование матерей, способных воспитывать своих детей; благодаря ему народ становится похожим на человека, поражённого односторонним параличом» [5, с. 38]. Более того, в мусульманских странах с этатистским режимом даже были введены официальные запреты на ношение хиджаба: в Сирии и Ираке – в 1963 г., в Турции и в Тунисе – в 1981 и 1983 гг. Эти запреты были сняты уже в XXI в. [6, с. 103].

До конца XX в. во многих мусульманских странах, таких как шахский Иран, Турция времен Ататюрка, стремившихся к сближению с европейским образом жизни, хиджаб перестал быть обязательным атрибутом городской женщины и стал принадлежностью сельской женщины. В советское время в среднеазиатских и закавказских республиках, а также в регионах с преобладанием исторического мусульманского большинства (республики Северного Кавказа, Татария, Башкирия), государственная идеология рассматривала хиджаб как пережиток прошлого вместе с самой религией. Любая идентификация себя с верующим была сразу же маркером чужести для советского государства. Поэтому головной платок свёлся к тоненькой косыночке или «полоске», как национальному атрибуту. С развалом Советского Союза значимость религиозных институтов и их атрибутики возрастает. Во многих регионах хиджаб не только стремительно возвращает своё положение, но и превращается в многофункциональный маркер. На Северном Кавказе ношение хиджаба объясняется разными причинами. «Одни девушки добровольно надевают мусульманскую одежду, повинувшись внутреннему позыву выполнять обязательное религиозное предписание проявления повиновения и верности Всевышнему. Другие вынуждены носить исламскую одежду в страхе быть подвергнутыми унижению и издевательствам со стороны воинствующих апологетов ислама; последние пытаются обосновать принуждение женщин носить хиджаб якобы возвращением к народным традициям» [7, с. 130].

По сути, ни один современный религиозный атрибут не стал таким постоянным объектом политического, культурного, религиозного дискурса, возникшего ещё в 80-е годы прошлого столетия, как хиджаб.

**Хиджаб глазами астраханской молодежи.** Мы провели локальные социологические исследования среди студентов Астраханского государственного университета для выяснения их отношения к хиджабу. Нами были опрошены 100 студентов данного университета из которых 26 – мужчины и 74 – женщины. Среди наших респондентов можно выделить следующие категории верующих: мусульмане, православные, буддисты и атеисты. Возраст наших респондентов составил от 17 до 28 лет. Большинство опрошенных молодых людей в той или иной степени религиозны. Только 12 % респондентов признали свою полную нерелигиозность. Более 80 % респондентов заявили, что их внешний облик никак не обусловлен их вероисповеданием. Анкетирование было подкреплено проведёнными глубинными интервью.

Прежде всего нас интересовало, насколько проблема хиджаба является знаковой для местного молодежного сообщества. 9 % женщин и 19 % мужчин отметили, что они постоянно обращают внимание на женщин в хиджабах. 15 % мужчин-респондентов испытывают положительные эмоции при встрече с покрытыми женщинами. Сразу отмечаем, что все эти респонденты исповедуют ислам. 15 % мужчин отметили, что испытывают скорее положительные эмоции при встрече с женщиной, облачённой в хиджаб; эти респонденты также исповедуют ислам. Данные результаты можно объяснить возросшей популярностью традиционной мусульманской одежды среди самих мусульман. 54 % всех опрошенных нами мужчин-респондентов выразили своё безразличие к женщине в хиджабе, указав, что это личное дело женщины, в чём выходить на улицу. 12 % респондентов отметили скорее отрицательное отношение к традиционной мусульманской одежде, причём большая часть их также мужчины-мусульмане в возрасте от 18 до 20 лет. И только один респондент (3 % опрошенных) указал своё крайне отрицательное отношение к хиджабу.

Подобные результаты мы получили, проанализировав ответы девушек-респондентов. 58 % девушек выразили своё нейтральное отношение к женщине в хиджабе. 10 % отметили своё положительное отношение к традиционной женской мусульманской одежде, прежде всего это мусульманки. 5 % исповедующих ислам обозначили скорее положительное отношение к хиджабу. 20 % респонденток обозначили скорее отрицательное отношение к женщине в хиджабе, в основном это девушки в возрасте от 18 до 20 лет, т.е. та же возрастная категория, что и у мужчин-респондентов. И только 5 % опрошенных затруднились дать ответ. 1 % респондентов-девушек указал, что вид женщины в хиджабе вызывает страх. Подобную реакцию можно объяснить повышенным вниманием СМИ к женщине в хиджабе и негативным образом традиционно одетой женщины.

На вопрос: «Как Вы относитесь к массовому распространению женской мусульманской одежды (хиджабу, платку, темным цветам в одежде)?», мы получили следующие ответы (табл. 1).

Таблица 1

Варианты ответа	Положительно, %	Скорее положительно, %	Нейтрально (безразлично), %	Скорее отрицательно, %	Отрицательно, %	Затрудняюсь ответить, %
Хиджаб	12	14	47	10	7	10
Платок	10	10	50	11	10	9
Темные цвета в одежде	8	5	65	7	10	5

В таблице 1 обобщены ответы девушек-респондентов. Проанализировав эти данные, можно сделать вывод, что большинство девушек нейтрально относятся к массовому распространению традиционной мусульманской одежды. Практически

одинаковый процент опрошенных относится как положительно, так и отрицательно к исследуемому феномену. Заметим, что положительно относятся к традиционной одежде именно респондентки, исповедующие ислам. Опрошенные нами девушки-буддистки тоже воспринимают ношение хиджаба положительно.

Проанализировав ответы мужчин-респондентов, можно отметить, что процент нейтрально относящихся к хиджабу тоже преобладает (табл. 2).

Таблица 2

Варианты ответа	Положительно, %	Скорее положительно, %	Нейтрально (безразлично), %	Скорее отрицательно, %	Отрицательно, %	Затрудняюсь ответить, %
Хиджаб	17	18	37	10	10	8
Платок	18	15	48	8	5	6
Темные цвета в одежде	15	18	50	5	5	7

Однако респонденты, исповедующие ислам, чаще приветствуют этот элемент одежды. Причём это были мужчины в возрасте от 20 лет. В процентном отношении таких ответов у мужчин гораздо больше, чем у девушек, соответственно отрицательных ответов у мужчин меньше. Этот факт может свидетельствовать о большей популярности традиционной хиджаба у мужчин, нежели у женщин.

Важным для нас был и вопрос об интенции принятия решения о покрытии головы для молодых девушек. В ходе глубинного интервью, девушки, носящие хиджаб, показали, что сделали это добровольно, без чьего либо давления. Одна из интервьюируемых, Мадина (имя изменено, 26 лет, носит хиджаб с 2012 г., по национальности табасаранка, обучается в Астраханском государственном университете, замужем, детей нет), ответила: «Это моё личное решение. Я посчитала что, это обязательно для меня». Поскольку на тот момент она ещё не была замужем, замужество на неё тоже воздействия не оказало. Вторая респондентка, Альфия (имя изменено, 22 года, носит платок в течение нескольких месяцев, по национальности карачаевка, обучается в Астраханском государственном университете, не замужем, детей нет), пришла к решению носить платок тоже самостоятельно, но под воздействием социальных и бытовых проблем. Девушка стала совершать намаз и, по её мнению, проблемы стали разрешаться сами собой: «Были проблемы с учёбой и жильем, и я как-то пришла к тому, что стала просить. В нашей религии говорится – просите. И то, что я просила в молитве ко мне приходило. И те проблемы, которые не могли разрешиться в течение нескольких месяцев, стали разрешаться в течение 1–2 дней. Именно это меня подтолкнуло, что мне столько даётся, а я ничего не делаю». Альфия пояснила, что пока носит платок, что хотела сразу одеть хиджаб, но её родная тетя посоветовала ей сначала привыкнуть к платку, а потом уже надевать хиджаб.

Другими результатами данного исследования мы проиллюстрируем основные предположения нашей работы.

**Символические характеристики хиджаба.** Мы попытались выделить следующие основные символические характеристики хиджаба в современном социуме с учётом мнения наших респондентов.

*Конфессиональная принадлежность.* Любой религиозный атрибут является символом конфессиональной принадлежности, это, по сути, его основная функция. Это маркер принадлежности к Своим, к группе единомышленников.

Одежда мусульманских женщин должна отличаться от одежды немусульманок. Основная функция хиджаба заключается в том, чтобы показать, что носящая его женщина – мусульманка. Не рекомендуется носить одежду, имитирующую нацио-

нальные наряды других народов. Ярким примером таких совершенно неприемлемых для ислама тенденций является мода на платья в индийском стиле, получившая распространение среди некоторых мусульманских женщин Азии. Это не должна быть одежда, свидетельствующая о тщеславии её обладательницы, т.е. кричащая, покрытая драгоценными камнями, с вплетёнными золотыми или серебряными нитями и пр.

Опрошенные нами респондентки в большинстве своём не поддержали ношение религиозной одежды. Если мужчины-респонденты готовы носить религиозную одежду и не видят в этом проблемы, то только 46 % девушек согласны лишь иногда надевать её, когда этого требует ситуация, а 24 % обозначили себя как светских людей, 15 % считают религиозную одежду пережитками прошлого и одеваются в соответствии с модой. Лишь 3 % готовы носить религиозную одежду и не видят в этом никакой проблемы. Таким образом, девушки-респонденты в большей степени поддерживают светский образ современной женщины и выступают за современный облик женщины.

*Аффектированная гендерность.* Большинство религиозных вестиментарных атрибутов – частей одежды имеет гендерную специфику. Это части женской или мужской одежды. Однако именно платок в исламе является достаточно сложным символом одновременно первородной женской нечистоты и способом её реабилитации. Хиджаб, по сути, является доказательством чистоты намерений его обладательницы, причём не только внешний хиджаб, но и внутренний. Под внутренним хиджабом понимается поведение, манера держаться [8, с. 4]. Если нет внутреннего, никакой внешний хиджаб его обладательницу не спасёт. Ношением хиджаба в европеизированной культурной среде мусульманская женщина концентрирует внимание не только на своем мусульманстве, но и на своей женской сути. С этой позиции ношение хиджаба возвращает женщину к истокам её гендерной самоидентификации.

*Поиск компромисса.* Гендерная аффектированность сопровождается одновременно поиском компромисса с учётом реалий современного общества. Поскольку ношение хиджаба в официальных учреждениях во многих европейских государствах, мягко говоря, не приветствуется, начинаются поиски компромисса не в юридической сфере, а в сфере моды.

В отличие от радикального Ирана, многие мусульманские регионы пытаются сочетать основные каноны исламской женской одежды и современные модные тенденции. В Татарии, Чечне периодически проходят модные показы с участием первых лиц республик. На первое дефиле в Чечени были приглашены Роберто Кавалли и Вячеслав Зайцев [9]. В городах открыты и работают магазины мусульманской одежды, где можно приобрести как повседневную, так и нарядную мусульманскую одежду, а также обувь, аксессуары и, конечно же, платки, накидки и другие элементы мусульманской одежды [10]. Модельеры предлагают так называемый еврохиджаб, а головное покрытие превращается в модный атрибут.

Одна из интервьюируемых нами девушек, Мадина, не стала отрицать, что следит за модой и не считает правильным ношение только темной одежды или никаба, как это принято, например, в Саудовской Аравии. Девушка отметила, что летом цвет её одежды станет более светлым и ткани станут тоньше: «Мода присутствует, это девичье. Цветовая гамма выбирается самостоятельно. Я подбираю то, что мне нравится и подходит. И если у меня тёмное платье, то платок я выберу поярче». Однако далеко не все молодые мусульманки принимают такой осовремененный вариант мусульманской одежды. Интервьюируемые нами девушки, носящие хиджаб, заявили, что он не должен быть ярких, вызывающих цветов, а всячески подчеркивать природную скромность девушки.

*Защита.* Хиджаб исторически выполняет функцию защитного механизма от мужской сексуальной агрессии [11, с. 160]. Одевая традиционный хиджаб женщина, даёт понять мужчине, что она придерживается требований ислама, не провоцирует мужчину своей открытой сексуальностью, поскольку традиционная мусульман-

ская одежда предназначена скрывать, а не подчеркивать формы. Интервьюируемая нами Мадина отметила, что цвета в одежде не должны быть очень яркими, чтобы не вызвать внимания со стороны мужчин.

*Статусность.* Исследователи называют современный хиджаб гендерным дисплеем и социальным капиталом [2, с. 6]. В современном немусульманском мире хиджаб символизирует не только принадлежность женщины к исламскому миру, но и *добровольное* принятие на себя новой статусности. Турецкие женщины считают, что «мусульманский платок придаёт уверенность в себе, чувство защищённости, поднимает самооценку и даже позволяет занять более высокое положение в турецком обществе» [12]. Как мы писали выше, ещё в середине прошлого века сам факт ношения хиджаба был свидетельством более низкого социального статуса женщин по сравнению с мужчинами, сами женщины протестовали против ношения хиджаба. Он им был навязан. Современные молодые мусульманки стали воспринимать хиджаб совершенно по-другому. Они, особенно немусульманских регионах, одевают его добровольно, а их воспитанные в советском обществе родители не приветствуют этот шаг.

Наша респондентка Мадина отметила, что семья её не поддержала, считая, что такой внешний вид вызовет у нашей респондентки проблемы в обществе. Мама Мадины исповедует ислам, совершает намаз, но, тем не менее, решение дочери не одобрила. Отец Мадины неверующий и так же, как и мать, решение дочери не поддержал. Свою религиозную позицию отец Мадины обозначает словами: «Я не мусульманин, я не христианин, я – человек».

У второй респондентки Альфии поддержки семьи тоже не было. По её словам, мама называла её «вахабиткой», чем сильно её обидела. Очень испортились отношения и с бабушкой, которая её воспитала: «Но я опять молилась, просила помощи, и мама сама позвонила мне через несколько дней, попросила прощения и сказала, что это моё решение и она его уважает». Эти события ещё больше укрепили желание Альфии носить платок, а дальше «покрыть себя полностью»: «Я была потрясена. Мне и раньше говорили мама с тётёй: “Молись и проси”. Я иногда молилась, но ничего не происходило. А теперь я думаю, слава Богу, он меня тогда не услышал. Это было то, что мне не нужно было. А в этот раз я прямо ощутила и была потрясена тем, что происходило».

*Новые социальные ориентиры.* На современном этапе хиджаб из символа тёмного прошлого превращается в знамя нового антизападного пути развития. Хиджаб меняет не только внешний вид женщины, но и её жизненные ориентиры. Участницы глубинного интервью отметили изменение в своём поведении и образе жизни. Респондентка Мадина отмечает, что стала одеваться в соответствии с канонами ислама и очень сильно изменилась её речь, она стала за ней следить, строит свою речь в соответствии с нормами ислама: «Изменился в первую очередь стиль одежды, какие-то привычки тоже изменились. Во-вторых, изменилась речь. Если раньше в общении со сверстниками я могла вставить яркое словцо, то теперь я взвешиваю каждое слово, чтобы не употребить слова, которые у нас порицаются. Я думаю теперь, кому и что сказать, чтобы не обидеть человека».

Изменения в образе жизни респондентки Альфии отмечает и её окружение: она перестала посещать кафе, болтать с подругами, больше времени отводит молитвам, перестала злословить. «Окружающие говорят, что да, я стала спокойнее, я как будто обрела спокойствие, проблемы с работой и учёбой воспринимаются спокойно и проходят. Если раньше я была взрывная, вспыльчивая, сейчас такого нет». Изменились привычки проводить свободное время: «Если раньше я любила с девочками ходить в “Пиратскую станцию”, посидеть, потанцевать, то теперь мне это не особо интересно». Не привлекают теперь нашу респондентку и девичьи разговоры: «Если я могла раньше болтать с девочками, то теперь я не позволяю себе обсуждать других. Это стало мне неинтересным». В связи с этим изменились и отношения с подругами, они отделились, но продолжают поддерживать отношения. Но, как сама заметила Альфия, круг её общения изменился.

*Маркер Чужого.* Маркером чужого хиджаб является для всего немусульманского населения планеты. На современном этапе он является ещё и маркером террористической угрозы. Мусульманские женщины-смертницы в хиджабах в маршрутках, местах большого скопления людей воспринимаются как исламисты, как опасность не только немусульманами, но и теми мусульманами, которые негативно относятся к фундаментализму. Участница глубинного интервью Мадина вспомнила, что, когда одела хиджаб впервые, она заметила агрессивную реакцию на свой внешний вид: «Незнакомые люди, проходя мимо, могли бросить мне в лицо грубое слово и идти дальше. В тот момент было обидно и неприятно. Тогда я чувствовала себя «чужой»». Респондент заметила, что она сама не считает себя «чужой» по отношению к другим людям, но очень часто сталкивается с восприятием её как «чужой». Мадина вспомнила, что после взрывов в Волгограде она ехала в транспорте, и из маршрутного такси вышел мужчина, бросив ей в лицо неприятную фразу: «В тот момент не я себя ощущала чужой, а меня все воспринимали как чужую». Девушка отметила, что во многом мусульмане сами виноваты в таком отношении к себе, ведь акты терроризма, совершённые мусульманами, бросают тень на всех правоверных мусульман, «которые никогда не будут убивать творение Всевышнего и вмешиваться в дела его». Поэтому именно в эти дни «я стараюсь не посещать общественные места, чтобы самой не испытывать негативное отношение со стороны, при этом сама я «чужими» других людей не считаю».

Так же, как и Мадина, респондентка Альфия отметила, что сама «чужими» других людей не считает, но, тем не менее, зимой после теракта в Санкт-Петербурге ей также пришлось испытать на себе негативное отношение со стороны светски одетых горожан. И Мадина, и Альфия отмечают, что отношение к мусульманам во многом зависит от поведения и поступков самих сторонников ислама.

В результате наших исследований мы пришли к выводу, что символика хиджаба, как маркера, становится амбивалентной. С позиции немусульманского общества он превращается в символ чужести, опасности террористической угрозы. Будучи более выпуклым, заметным, нежели другие религиозные символы: кресты, миниатюрные изображения Корана на цепочке, и более распространённым на данный момент по всему свету, чем, например, вестиментарные маркеры иудаизма или других конфессий, хиджаб воспринимается как открытая угроза прежде всего на территориях с низким уровнем безопасности: местах скопления людей, праздниках, транспорте и т.д. Мы видим, что в повседневной жизни только одна пятая часть опрошенных молодых людей относится к хиджабу отрицательно. Для всего мира хиджаб перестал быть символом отсталости, а превращается в декларацию другого, антиевропейского пути развития. Для самих молодых мусульман хиджаб становится символом добровольного принятия ислама, новых социальных возможностей, гендерной защищённости и собственной мировоззренческой позиции, а с позиции мусульманских женщин символом нового статуса и нового осмысления социума.

#### Список литературы

1. Романова А. П. Чужой и культурная безопасность : монография / А. П. Романова, С. Н. Якушенко, Е. В. Хлыщева, М. С. Топчиев. – Москва : РОССПЭН, 2013. – 215 с.
2. Досанова М. Г. Городские женщины в хиджабе. Новый феномен в Казахстане? / М. Г. Досанова // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. – 2010. – № 3. – С. 5–11.
3. Торваль Ив. Энциклопедический словарь. Мусульманская цивилизация / Ив. Торваль. – Москва : ЛОРИ, 2001. – 732 с.
4. Тарасенко О. В. Хиджаб в исламской религии / О. В. Тарасенко // Вестник МГЛУ. – 2010. – Вып. 2 (581). – С. 217–226.
5. Амин К. Новая женщина / К. Амин ; пер. и предисл. И. Ю. Крачковского. – Санкт-Петербург : Тип. В.О. Киришбаума, 1912. – 315 с.
6. Колесниченко М. Б. Социологический взгляд на ношение хиджаба / М. Б. Колесниченко // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2014. – № 10 (48), ч. 3. – С. 101–106.

7. Доде З. В. Платок и хиджаб, папаха и чалма: о национальных и конфессиональных традициях в костюме народов Северного Кавказа / З. В. Доде // Этнографическое обозрение. – 2013. – № 4. – С. 129–158.
8. Бочарова И. А. Хиджаб как особенность мусульманской одежды / И. А. Бочарова // Исламоведение. – 2010. – № 2. – С. 4–8.
9. В Грозном прошел первый показ мод. – Режим доступа: [www.chechnya.ru](http://www.chechnya.ru), свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус. (Дата обращения: 26.03.2017).
10. «Хиджабисты»: как выглядят и одеваются главные мусульманские модницы». – Режим доступа: [www.cosmo.ru](http://www.cosmo.ru), свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус. (Дата обращения: 28.03.2017).
11. Бутаева М. А. Женщина и «графический круг чадры» хиджаб / М. А. Бутаева // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2010. – № 5. – С. 160–162.
12. Разнообразие хиджаба. – Режим доступа: <http://one-view.ru/punkt/religion/7-xidjab.html>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус. (Дата обращения: 26.07.2014).

#### References

1. Romanova A. P., Yakushenkov S. N., Knylsheva E. V., Topchiev M. S. *Chuzhoy i kulturnaya bezopasnost: monografiya* [Foreign and cultural security: monography]. Moscow, ROSSPEN Publ., 2013, 215 p.
2. Dosanova M. G. Gorodskie zhenshhiny v khidzhabe. Novyy fenomen v Kazakhstane? [Urban women in hijab. A new phenomenon in Kazakhstan?]. *Vestnik Rossiyskogo universiteta druzhby narodov. Seriya "Sotsiologiya"* [Bulletin of the Russian University of Peoples' Friendship. Series "Sociology"], 2010, no. 3, pp. 5–11.
3. Torval Iv. *Entsiklopedicheskiy slovar. Musulmanskaya tsivilizatsiya* [Encyclopedic dictionary. Muslim civilization]. Moscow, LORI Publ., 2001, 732 p.
4. Tarasenko O. V. Khidzhab v islamskoy religii [Hijab in the Islamic religion]. *Vestnik MGLU* [Bulletin of MSLU], 2010, no. 2 (581), pp. 217–226.
5. Amin K. *Novaya zhenshchina* [The new women]. St. Petersburg, Tip. V.O. Kirshbauma Publ., 1912, 315 p.
6. Kolesnichenko M. B. Sotsiologicheskiy vzglyad na noshenie khidzhaba [A sociological perspective on the hijab]. *Istoricheskie, filosofskie, politicheskie i yuridicheskie nauki, kulturologiya i iskusstvovedenie. Voprosy teorii i praktiki* [Historical, philosophical, political and legal sciences, culturology and art history. Questions of theory and practice], 2014, no. 10 (48), part 3, pp. 101–106.
7. Dode Z. V. Platok i khidzhab, papakha i chalma, o natsionalnykh i konfessionalnykh traditsiyakh v kostyume narodov Severnogo Kavkaza [The headscarf and hijab, cap and turban, on national and denominational traditions in the costume of the peoples of the North Caucasus]. *Ehnograficheskoe obozrenie* [Ethnographic Review], 2013, no. 4, pp. 129–158.
8. Bocharova I. A. Khidzhab kak osobennost musulmanskoj odezhdy [The hijab as a feature of Muslim clothing]. *Islamovedenie* [Islamic Studies], 2010, no. 2, pp. 4–8.
9. *V Groznom proshel pervyy pokaz mod* [In Grozny has passed the first fashion show]. Available at: [www.chechnya.ru](http://www.chechnya.ru).
10. "Khidzhabisty": kak vyglyadyat i odevayutsya glavnye musulmanskie modnitsy ["Supporters of the hijab": how to look and dress the main Muslim fashionista]. Available at: [www.cosmo.ru](http://www.cosmo.ru).
11. Butaeva M. A. Zhenshhina i "graficheskiy krug chadry" khidzhab [Woman and "the graphic circle of the veil" hijab]. *Vestnik Saratovskogo gosudarstvennogo sotsialno-ehkonomicheskogo universiteta* [Bulletin of the Saratov State Social and Economic University], 2010, no. 5, pp. 160–162.
12. *Raznoobrazie khidzhaba* [Variety of hijab]. Available at: <http://one-view.ru/punkt/religion/7-xidjab.html>.