

А.А. Саймасаева 

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы
e-mail: saimassayeva_aruzhan@live.kaznu.kz

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ХИДЖАБА (ГОЛОВНОГО УБОРА): ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС

На сегодняшний день можно заметить тенденцию стремительного возрождения института религии в общественном пространстве. Традиционные религиозные ценности и институты, исторически существующие в обществе, подвергаются значительным переменам, и в первую очередь затрагивая представления о важности веры и убеждений. В условиях становления гражданского общества, религия признается одной из основных ценностей и обретает принципиально новый смысл. Ввиду этого, можно констатировать, что религиозный фактор является доминирующим в развитии казахстанского общества. В статье также анализируются социокультурные факторы, влияющие на ношение хиджаба, такие как религиозные убеждения, культурные традиции и социальные нормы.

Целью настоящей статьи является социологическое осмысление ношения хиджаба в современном обществе, поскольку вопросы касательно восприятия религиозных символов, а также влияние, которую они оказывают на городскую культуру остаются открытыми. Хиджаб (головной убор) проанализирован в социологическом контексте как элемент религиозности, конфессиональной идентичности и компонент модной коммуникации. Для комплексного понимания изучаемой темы и достижения поставленной цели автором было проведено качественное исследование. В статье на основе нарративного интервью показано, что конструирование позитивной взаимосвязи между религией и широкой общественностью поддерживают стабильность общества. Практическая значимость настоящей статьи обеспечивает основу для дальнейших исследований в области социологии религии.

Ключевые слова: хиджаб, мусульманский платок, социология религии, скромная мода.

A.A. Saimassayeva

Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty
e-mail: saimassayeva_aruzhan@live.kaznu.kz

Sociological aspects of hijab (head cover): theoretical discourse

Today we can observe a trend of rapid institutional renaissance of religion in the public space. Traditional religious values and institutions that have historically existed throughout society are undergoing significant changes, primarily affecting perceptions of the importance of faith and belief. With the emergence of civil society, religion is recognized as one of the basic values and acquires a fundamentally new meaning. Therefore, it can be stated that the religious factor plays a significant role in the development of Kazakhstani society. Additionally, the article analyses socio-cultural factors influencing the wearing of the hijab, such as religious beliefs, cultural traditions and social norms.

The purpose of this article is to provide sociological insights into the wearing of the hijab in modern society, as questions regarding the perception of religious symbols and the impact they have on urban culture continue unanswered. The hijab is analysed in the sociological context as an element of religiosity, confessional identity, a component of fashion communication and a structural element of public opinion. To comprehensively understand the topic of study and to achieve the stated purpose, the author conducted qualitative research. The article shows on the basis of narrative interviewing that constructing a positive relationship between religion and society at large supports the sustainability of society. The practical significance of this article provides the basis for further research in the sociology of religion.

Key words: hijab, muslim headscarf, sociology of religion, modest fashion.

А.А. Саймасаева

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.
e-mail: saimassayeva_aruzhan@live.kaznu.kz

Хиджабтың (бас киім) әлеуметтанулық аспектілері: теориялық дискурс

Бүгінгі таңда қоғамдық кеңістікте дін институтының жедел жандану үрдісін байқауға болады. Қоғамда тарихи қалыптасқан дәстүрлі діни құндылықтар мен институттар елеулі өзгерістерге ұшырап, ең алдымен сенім мен сенімнің маңыздылығы туралы идеяларға әсер етеді. Азаматтық қоғамның қалыптасуы жағдайында дін негізгі құндылықтардың бірі ретінде танылып, түбегейлі жаңа мағынаға ие болуда. Осыны ескере отырып, Қазақстан қоғамының дамуында діни фактордың басым екенін айтуға болады. Мақалада сонымен қатар хиджаб киюге әсер ететін діни сенімдер, мәдени дәстүрлер мен әлеуметтік нормалар сияқты әлеуметтік-мәдени факторлар талданады.

Бұл мақаланың мақсаты – қазіргі қоғамдағы хиджаб киюді социологиялық тұрғыдан түсіну, өйткені діни рәміздерді қабылдау, сондай-ақ олардың қала мәдениетіне әсері туралы сұрақтар ашық күйінде қалып отыр. Хиджаб (бас киім) діншілдіктің, конфессиялық сәйкестіктің элементі, сәнді коммуникацияның құрамдас бөлігі және қоғамдық пікірдің құрылымдық элементі ретінде социологиялық контексте талданады. Зерттелетін тақырыпты жан-жақты түсіну және алға қойылған мақсатқа жету үшін автор сапалық зерттеу әдісін қолданды. Мақалада нарративті сұхбат негізінде дін мен әлеумет арасында оң қарым-қатынас орнату қоғамның тұрақтылығын қолдайтыны көрсетілген. Мақаланың тәжірибелік маңыздылығы ретінде алдағы уақытта дін әлеуметтануы бойынша жүргізілетін зерттеулерге негіз болуын ала тартады.

Түйін сөздер: хиджаб, мұсылмандық орамал, дін социологиясы, қарапайым сән.

Введение

Институциональные преобразования последних десятилетий в Казахстане привели к значительным трансформациям, как в системе социальных отношений, так и ценностных ориентиров. Социально-политические и религиозные изменения оказывают воздействие на городскую культуру, что в свою очередь находит отражение в осмыслении обществом религиозных атрибутов. Это связано с тем, что в казахстанском обществе продолжительные годы религиозная традиция была вытеснена из общественного пространства. В настоящее время религия, особенно ислам, возвращается в общественную жизнь в качестве фактора, содействующего становлению идентичности и модели поведения, а также проявляющего влияние на восприятие и оценку событий, происходящих в обществе. Религиозные воззрения, как и другие социальные институты, способны производить влияние на формирование идентичности, ее взглядов, конструкций, ценностных ориентаций. В процессе взаимодействия религиозных институтов с обществом происходит трансформация религиозных представлений и практик в коллективные формы религиозной жизни и деятельности. Формирование религиозной идентичности человека связано с формированием его мировоззрения и ценностных ориентаций. В условиях глобализа-

ции и все более усиливающейся тенденции секуляризации общества, религиозный активизм становится важнейшим фактором формирования гражданского общества.

В настоящее время религия активно возвращается в общественное пространство. В этой связи, можно констатировать, что религиозный фактор является неотъемлемой составляющей жизни современного казахстанского общества. Традиционные религиозные ценности и институты, которые исторически существовали в обществе, подвергаются существенным изменениям, и в первую очередь это касается представлений о роли религии в жизни общества. Таким образом, можно сделать вывод, что религиозная сфера является одной из самых чувствительных сфер в социальном пространстве. Однако, сейчас в условиях становления гражданского общества, религия становится одной из ведущих ценностей и приобретает новое содержание. С другой стороны, в условиях города религия нередко воспринимается как нечто чужое, как некая форма ограничения личной свободы. Принятие данного атрибута одежды, служит основанием для создания более полной картины восприятия горожанами религиозных ценностей. В связи с этим представляется важным рассмотреть, как в современной культуре отражаются отношения к религиозной одежде. В этой связи, актуальным становится вопрос о том, как восприятие рели-

гиозных ценностей отражается на городской культуре. Данный вопрос, на наш взгляд, будет весьма интересен для анализа, поскольку религиозные отношения пронизывают все стороны жизни общества и человека. В современной городской культуре наблюдается тенденция к возвращению религиозных взглядов, что находит свое отражение в значительном росте интереса городских женщин к хиджабу. Религиозные процессы активно влияют на формирование ценностных ориентаций граждан, на их жизненные стратегии и поведение. К тому же, в настоящее время в Казахстане наблюдается тенденция к росту приверженностей к исламу и религиозной активности среди женщин. В связи с этим, представляется важным изучение влияния религиозных ценностей на городскую культуру в целом.

Обоснование выбора темы и цели и задачи

Социальная проблема подразумевает собой негативное положение, которое может угрожать социальной сплоченности, культурным или моральным нормам общества. На протяжении всей истории человечества социальные проблемы нередко появлялись и исчезали с определенной периодичностью, тогда как другие оставались предметом постоянных научных дискуссий в обществе. Существует несколько социологических концептов в изучении социальных проблем, начиная с теории конфликта Марк и завершая теорией аномии Merton. Современный теоретический дискурс к анализу социальных проблем актуализирует применение конструктивистской теории. Данная теория не фокусируется на внешнем проявлении социальных проблем, вместо этого она направлена на изучение процессов, в которых социальные проблемы становятся видимыми, и акторов, определяемые ими. Таким образом, социальные проблемы — это установки, условия или действия, созданные обществом и в конечном счете решаемые им же. Эти установки, условия или действия считаются социальной проблемой только тогда, когда они получают стигму в качестве проблемы. Например, христианство использует социальные проблемы для поддержания веры. Идея наличия грехов и наказаний за эти грехи позволяет доминирующим ценностям конкретной группы преобладать (Jamrozik, 1998:12). Рассмотрение социологическое понимание ношения хиджаба через концепцию социальных проблем в рамках религии

является целью данной статьи. Для достижения установленной цели нами были выдвинуты следующие задачи, характеризующие (1) раскрытие ключевых социологических подходов для комплексного изучения проблемы хиджаба; (2) хиджаб как составную часть современной религиозной идентичности.

Важно отметить, что в последние годы отмечается становление модной коммуникации на примере хиджаба. Здесь мы имеем дело с таким феноменом социальной реальности, как «религиозная мода», представляющая собой феномен, в котором переплетаются и взаимодействуют как материальные, так и духовные факторы. Религиозная мода исследует (1) воздействие моды на социум верующих; (2) социальные последствия моды; (3) социальные функции религиозной моды.

Религиозная мода как феномен культуры всегда разнообразный, в ней имеется место всему — социологии, науке, религии и повседневной жизни. Тем не менее наиболее важное — это то, что религиозная мода способна преобразовать характер и структуру общества, его культуру, обычаи, традиции, а также стиль жизни верующих. Во-первых, она не только создает стиль жизни, но и воздействует на мировоззрение людей, заставляя их мыслить в определенном ключе. Во-вторых, она выступает своеобразным социальным маркером, по которому можно выявить об изменениях, происходящих в обществе. При этом необходимо сделать акцент, что религиозная мода — это не столько изучение самой моды, сколько изучение ее ценностных характеристик, поскольку выбор религиозной одежды — это прежде всего определенный атрибут поведения верующего, определяемое его ценностными установками и целями. Эти два фактора, религиозные ценности и религиозная мода выступают в качестве индикаторов социокультурных изменений, происходящих в обществе.

Научная методология исследований

Исследовательская перспектива настоящей статьи направлена на изучение одной из важных тем, являющейся центральной в научной дискурсе и фокусе внимания ученых. Данный феномен изучен как отечественными, также и зарубежными авторами. Для достижения цели изыскания применяются различные методы, включая научный анализ и оценку вторичных данных, а также метод нарративного интервью. Научному ана-

лизу подвергаются исследования отечественных и зарубежных авторов, посвященные проблеме хиджаба, и публикации, опубликованные в изданиях с высоким индексом цитирования.

Информационную основу исследования составили расчетные данные Бюро национальной статистики Агентства стратегического планирования и реформ Республики Казахстан (БНС АСПР РК). В этом контексте нарративные интервью могут оказаться эффективным инструментом получения данных о религиозном сознании, поскольку в нем мы можем рассматривать религиозное сознание как продукт культурной репрезентации, который можно сравнить с другими религиозными феноменами. Нарративный метод, при условии, что он является профессиональным и тщательно разработанным, может быть эффективным средством получения информации. Биографический нарратив как метод, эффективно зарекомендовавший себя в изучении закрытых групп, зачастую позволяет выявить информацию по их роду деятельности, образа жизни, социокультурной отчужденности, становящейся недоступной для других исследовательских методов. Полагаем, что многие религиозные сообщества характеризуются труднодоступностью и закрытостью, а в иных случаях, избегают взаимодействия с внешним миром. К ним мы можем отнести и большинство женщин, практикующих ношение хиджаба.

В нарративном интервью мы имеем дело с культурным контекстом, который имеет прямое отношение к процессу принятия решений. С помощью этого метода мы можем получить более глубокое понимание в том случае, когда объект исследования может быть представлен в виде рассказа или истории. Таким образом, нарративные интервью могут оказаться ценным инструментом в исследовании проблем, связанных с религиозным сознанием. В то же время, они могут быть использованы в качестве средства получения информации об изменениях в религиозном сознании и тенденциях, способствующие пониманию происходящих в обществе изменений. Данный метод также применяется для исследования религиозных феноменов, которые нельзя обнаружить в традиционном опросе (например, религиозные убеждения и практики, не имеющие отношения к религии, такие как любовь к ближнему, сострадание и готовность к самопожертвованию). Он позволяет нам наблю-

дать сложный процесс, с одной стороны, как религии формируют идентичность, с другой – как идентичность конструирует религии. Если мы хотим понять, почему люди вступают в религиозные группы, то нарративные интервью могут оказаться полезным инструментом. Они позволяют нам изучить причины и следствия религиозных практик. Таким образом, нарративный подход может оказаться весьма эффективным при исследовании религиозной идентичности. (Douglas, 2003:6).

Исследование религиозного жизненного мира был осуществлен в рамках биографического исследования. Биографическое исследование позволяет изучить религиозный опыт, способы восприятия и понимания священного индивидами и религиозными общностями (Nelson 2009: 203–204). В биографическом интервью в фокусе нашего внимания оказалась интерпретация событий личной истории, осуществляемая человеком в контексте его религиозного миропонимания.

Эмпирические данные получены в ходе реализации полевого этапа исследования, посвященного изучению жизненного мира верующих. В структуру интервью были заложены три относительно независимых блока, ориентированные на изучение особенностей религиозных знаний, убеждений и практик. Также в интервью предусматривался нарративный блок, вопросы которого были нацелены на выявление особенностей обретения информантом религиозной веры и прихода к хиджабу. Интервью проводилось среди молодых девушек, практикующих ношение хиджаба (головного убора), поскольку изучение жизненного опыта молодых девушек было в фокусе нашего внимания. Язык проведения интервью: казахский/русский. Средняя продолжительность интервью: 30–50 минут. К участию в исследовании приглашались молодые девушки, от 18 до 35 лет. Формирование выборки респондентов из религиозной среды для биографического нарратива осуществимо посредством комбинации методов «снежного кома» и референтной выборки. Выборка всегда детерминирована тем, насколько легко или сложно получить доступ к респондентам. Как пишет Островская, религиозные сообщества – это некое общество в обществе, реальность, которая рядом, но сокрыта для широкой общественности. (Островская, 2016: 115).

Результаты и обсуждение

Реализация исследовательских задач достигнута на основе анализа научных положений отечественных и зарубежных социологов. В качестве концептуальной основы выступают классические труды социологов, отражающие смысловые теоретические идеи качественных и количественных методов. При решении поставленных задач применялись общенаучные методы исследования, такие как анализ и синтез, индукция и дедукция. Методологическому обоснованию религии посвящены труды Durkheim, Weber, Simmel, Berger, Luckmann.

Кратко об операционализации понятий. Хиджаб представляет собой мусульманскую религиозную одежду, состоящая из платка и покрывающая голову и шею, оставляя лицо открым и свободного кроя платья. В наши дни хиджабом также называется шарф/платок, который женщины носят на голове и завязывают так, чтобы было видно только лицо (Bullock, 2002:55). Согласно Ahmed (1992), хиджаб считался символом принадлежности к высшему классу, его ношение определяло принадлежность женщин к доисламским империям. Еще долгие годы, хиджаб по-прежнему оставался символом принадлежности к высшему классу в отдельных обществах, а также был и остается частью христианских, еврейских и сикхских религиозных традиций. Тем не менее, положение хиджаба коренным образом изменилось в колониальную эпоху, когда хиджаб стал ассоциироваться исключительно с исламом и стал восприниматься как символ угнетения. Несмотря на то, что хиджаб изначально использовался для обозначения классовой принадлежности, и по-прежнему его продолжают носить женщины различных религиозных традиций, но в наши дни он обычно ассоциируется в основном с мусульманской традицией. Конечно, некоторые женщины вынуждены носить хиджаб из-за давления со стороны семьи, но некоторые делают это абсолютно добровольно. Можно сказать, что в современном мире для мусульманок решение надеть хиджаб является определенным доказательством самостоятельности и верности принципам религии. «Хиджаб – нечто гораздо большее», чем просто одежда. Существует такое понятие как «внутренний хиджаб». Под ним подразумевается совокупность норм и правил поведения, определенный самоконтроль, который в том числе выражается и в одежде. Порой он бывает не менее важным, чем внешний (Доса-

нова, 2010:7). Это то, что женщина носит в себе, это ее вера, которая проявляется в ее поступках, ее взгляде, в том, как она ведет себя с другими людьми. Это значит, что женщина не только носит хиджаб, но и в душе она стремится к соблюдению принципов религии и морали. Хиджаб – это не только одежда, а образ жизни.

Социокультурная и символическая роль идентичности и стиля жизни мусульманских женщин являются исследовательским ядром настоящей статьи. Существенный вклад в исследования женских мусульманских атрибутов и социальной идентичности внесли работы таких западных ученых, как Benhabib и Nilufer которые занималась исследованиями женских мусульманских общин и формированием женской мусульманской идентичности во Франции и Турции (Nilufer, 1996:56). В работе Nilufer «Жестокая современность. Цивилизация и принятие мусульманского платка» представлены вопросы ношения мусульманского религиозного платка в контексте современности. Автор выдвигает тезис о том, что образ жизни современных мусульманок рассматривается как новый альтернативный модернистский проект, заслуживающий особого внимания. В нем акцентируется рассмотрение: женской одежды, символизирующей независимость и защиту, ее влияние на формирование нового образа современной женщины. В данной монографии на основе анализа опубликованных материалов и интервью с женщинами-мусульманками автор показывает, что мусульманская женщина в современных условиях становится активным участником процесса модернизации общества. (Nilufer, 1996: 56). Среди немногих работ, посвященных изучению религиозной моды можно отметить книги двух исследовательниц арабского происхождения Ahmed (1992) и El Saadawi (2015). Основной упор они делают на изучение социального положения женщин в патриархальном исламском обществе, но вместе с тем, они обе уделяют внимание вопросу важности ношения хиджаба.

Согласно Simmel, «мода – непрерывное явление человеческой истории». Simmel объясняет следование моде механизмом подражания. "Подражание дает нам возможность целеустремленной и осмысленной деятельности, где нет ничего личного и творческого. Simmel поясняет стремление к моде женщин слабостью их социального положения: "мода служит тем или иным способом, позволяющим женщинам

удовлетворить их потребность в возвышении в тех случаях, когда в других сферах им в этом отказано". Представители высших слоев путем приверженности моде показывают причастность к определенному кругу. Впрочем применяемые ими принадлежности обретают притягательность для представителей низшего класса, стремящихся, переняв их, добиться ассоциативной причастности к высшему классу (Simmel, Frisby, Featherstone, 1997). Goffman в своей книге «Мода и люди» задает вопрос: «почему огромные массы людей время от времени что-то меняют в своем внешнем образе, без социального принуждения? (Goffman, 1955: 39). Таким образом, мода владеет огромной властью и несет определенные социально значимые функции в обществе, во-первых, создавая и поддерживая единообразия культурных образцов и обеспечивая согласие в условиях, когда различные культурные стандарты конкурируют между собой. Однако мода, как и любой другой культурный феномен, способна оказывать разрушительное влияние на общество.

Принимая во внимание независимую и естественную направленность нарративного интервью, к его значительным преимуществам можно отнести (1) гибкость; (2) триангулируемость. Нарратив формируется тем, что структурирует, наделяет смыслом прошлое информанта, и рассматривает его в качестве различных средств демонстрации и конструирования событийного ряда. В то же время нарративное интервью предоставляет возможность для более глубокого понимания ситуации, так как оно позволяет увидеть и понять прошлое, которого не знают другие. На уровне наррации интервью рассматривается как определенная форма, позволяющая осуществить реконструкцию событий прошлого. Это дает возможность в некотором смысле «вытащить» прошлое из памяти информанта и воссоздать его в соответствии с его собственными представлениями. События, связанные с религиозными практиками, становятся значимыми с момента религиозного обращения, в нашем случае с прихода к платку. Информанты отмечают процесс «подготовки» к религиозному обращению, которая состоит из (1) прихода к платку; (2) перехода на новый «скромный», «закрытый» стиль одежды. Выражение «я покрылась» в биографических рассказах означает, что информант переходит на принципиально новый «закрытый» стиль одежды и приводит его в соответствие с требованиями религии.

«После того как я начала совершать намаз, я стала отдавать предпочтение длинным юбкам, а через некоторое время впервые попробовала выйти на улицу в платке. Мне кажется, что мои родители и знакомые были не сильно удивлены, поскольку они были в курсе, что я читаю намаз и я думаю, что они понимали, что я когда-нибудь приду к этому» (Информант 1, 18 лет).

В рассказах девушек, практикующих ношение хиджаба, платок в качестве символа рассмотрен с нескольких позиций: (1) в качестве позитивного опыта и поддержки со стороны близких; (2) опыт переживания и непринятия своего выбора; (3) преодоление неуверенности при нахождении в общественных местах. Согласно полученным данным большинство информантов отмечают для себя позитивные тенденции, связанные с приходом к платку.

«Если до платка, я не знала, кто я и зачем я живу, с каждым днем теряя интерес к жизни, то после я стала замечать, что я становлюсь добрее и терпимее. Чем больше у меня становилось знаний о религии, тем лучше я начала понимать себя и свои истинные желания. Религиозные практики научили меня рутине и ответственности, настоящему пониманию ценности семьи, близких и родственных связей.» (Информант 2, 22 года).

И. Бочарова в своей работе «Хиджаб как особенность мусульманской одежды» отмечает, важность ношения хиджаба, подчеркивая то, что хиджаб является не только предметом одежды, но также определяет и манеру поведения женщины (Бочарова, 2010:5). Хиджаб (головной убор) для девушек оказывается не только инструментом внутреннего самоутверждения, но также выступает в качестве и внешнего символа. У информантов, можно отметить чувство ответственности за свою веру. Усвоение и принятие религиозных ценностей заставляет информанта рационализировать свои поступки и постоянно приводить свои поступки, и выбор в соответствии с религиозными предписаниями.

«Для меня приход к хиджабу служит выражением достижения наиболее высокой ступени веры, то есть, во-первых, это выполнение религиозного предписания, а во-вторых, выражение своей смиренности и скромности. Это один из самых важных частей религиозной принадлежности» (Информант 1, 18 лет).

Приведенные выше случаи свидетельствуют о том, что ключевую роль в интерпретации со-

бытий из жизни информанта играет религиозное обращение. Приход к платку часто сопровождается трансформацией повседневной жизни носителя биографии, а именно, привнесением в сферу повседневности религиозных практик и внешнего религиозного символа, которым выступает «платок». В частности, внешнее выражение религиозной принадлежности нередко сопровождается беспокойством и неуверенностью за будущее информантов со стороны близких.

«Я думаю, что прийти к хиджабу не так уж и трудно, сложность заключается в том, чтобы сохранить его ценность. Внешне можно остаться покрытой, самое главное суметь сохранить веру, скромность и смиренность перед Всевышним. Мне кажется, это труднее, поскольку в современном обществе наблюдается смена ценностных ориентиров, которая нередко сопровождается противоречивыми друг к другу положениями, в особенности по отношению земных и духовных ценностных установок» (Информант 3, 25 лет).

Согласно данным проведенных интервью, как правило, после прихода к хиджабу, круг общения информантов пополняется связями с образовательных и просветительских курсов. Информанты подчеркивают, что знание о религиозности другого человека может выступать ключом к социальному взаимодействию в ежедневной жизни, наряду с другими важными характеристиками, такими как пол, возраст или образование.

«Да, круг общения поменялся, прибавились новые связи. Основная масса новых знакомых из числа верующих, то есть, после того как покрылась, я начала больше поддерживать связь с такими же девушками, как и я, это может показаться странным, но у нас среди сестер есть традиция здороваться при виде друг друга, даже, если мы ранее никогда не встречались» (Информант 4, 19 лет).

«Хиджаб защищает от лишних взглядов. Окружающие не могут оценить по фигуре или внешним данным. В центре становится уже непосредственно личность и душевные качества. Я стала ощущать себя защищенной в хиджабе, чем без него. Ко мне проявляется уважение, со мной соблюдается необходимая дистанция» (Информант 2, 22 года).

Заключение и выводы

Рассмотрев, как фундаментальные теоретические концепции, также публикации, опубли-

кованные в изданиях с высоким индексом цитирования в междисциплинарном контексте социологии, религии и культуры, мы попытались провести осмысление хиджаба как принципиально нового феномена в социокультурном пространстве современного города. В изученных нами работах авторами были предприняты попытки изучения роли и места религиозной одежды в повседневной жизни верующих. Характерно, что в большинстве работ, посвященной теме исследования, хиджаб как социальная практика рассматривается, в фокусе его восприятия обществом и взаимодействия с ним, поскольку, хиджаб предполагает не только религиозную одежду, но и социальный институт, который является носителем определенных социальных норм и ценностей. Вместе с тем, следует подчеркнуть, что последние годы в городском пространстве, хиджаб приобретает статус культурной нормы и становится частью образа жизни женщин, ее поведения, мировосприятия, отношения к себе и другим. В результате изучения был получен материал, анализ которого позволяет заключить, что в современном глобализирующемся обществе, хиджаб рассматривается не только как атрибут религиозной одежды, но и в качестве идеологии, которую он выражает. По мнению ряда исследователей, хиджаб выступает некой культурной моделью поведения и мировоззрения мусульманской женщины.

Таким образом, нами была попытка охватить большую часть нарративов в повседневной жизни девушек. Результаты проведенного нами нарративного анализа позволили подвести некоторые частные выводы: (1) нарративные интервью применяются для изыскания феномена «религиозного опыта», поскольку носители нарратива дают подробные описания религиозных переживаний, представлений и взглядов для выявления роли религии в жизни верующих; (2) хиджаб является не столько религиозной, сколько социальной практикой, поскольку включает в себя как культурные, так и ценностные представления верующих, которые отражаются не только в символическом выражении религиозной принадлежности, но также и в образе жизни.

Следовательно, в рамках данного исследования стало понятно, что религиозный активизм в современных условиях развития казахстанского общества не может оставаться вне поля зрения исследователей, так как это одна из наиболее актуальных вопросов, стоящих сегодня перед государством.

Литература

- Ahmed L. *Women and Gender in Islam: Historical Roots of a Modern Debate*. –New Haven: Yale University Press, 1992. – 304p.
- Ajala I. From Islamic dress and Islamic fashion to cool Islam: An exploration of Muslim youth hybrid identities in the West // *The International Journal of Cultural Studies*. –2017. – №12 (3). – P. 1–11.
- Benhabib S. The Claims of Culture // *Political Theory*. – 2006. – №34 (3). – P.383–388.
- Бочарова И. Хиджаб как особенность мусульманской одежды // *Исламоведение*. – 2010. – №2 (4). –С.4-8.
- Bullock K. *Rethinking Muslim Women and the Veil: Challenging Historical and Modern Stereotypes*. – Herndon: International Institute of Islamic Thought, 2002. – 328p.
- Досанова Г. Городские женщины в хиджабе. Новый феномен в Казахстане? // *Вестник Российского университета дружбы народов*. – 2010. – №3 (1). – С.5-11.
- Douglas M. *Essays on the Sociology of Perception*. – London: Routledge, 2003. – 348p.
- El Saadawi N. *The Hidden Face of Eve: Women in the Arab World*. – London: Zed Books, 2015. – 326p.
- Goffman E. On face-work: An analysis of ritual elements in social interaction // *Psychiatry: Journal for the Study of Interpersonal Processes*. – 1955. – №18 (3). – P.213–231.
- Jamrozik A., Nocella L. *The Sociology of Social Problems: Theoretical Perspectives and Methods of Intervention*. –Melbourne: Cambridge University Press, 1998. – 241p.
- Lewis R. *Muslim fashion: Contemporary style cultures*. – Durham: Duke University Press, 2015. – 400p.
- Nilufer G. *The Forbidden Modern: Civilization and Veiling*. – Ann Arbor: University of Michigan Press, 1996. – 173p.
- Островская Е. Религиозное «еврейство»: опыт биографического нарратива в закрытой группе // *Социологические исследования*. – 2016. – №2 (1). – С.110–118.
- Rosenberg T. Wrapped in Meaning: Modest Fashion as Feminist Strategy // *Nordic Journal of Feminist and Gender Research*. –2019. – №27 (4). – P.1-5.
- Simmel G., Frisby D., Featherstone M. *Simmel on Culture : Selected Writings*. –London: Sage Publications, 1997. – 302p.
- Taylor S. A place for the future? Residence and continuity in women's narratives of their lives // *Narrative Inquiry*. – 2005. –№13 (3). – P.249-265.

References

- Ahmed L. (1992) *Women and Gender in Islam: Historical Roots of a Modern Debate*. New Haven: Yale University Press, 304p.
- Ajala I. (2017) From Islamic dress and Islamic fashion to cool Islam: An exploration of Muslim youth hybrid identities in the West. *The International Journal of Cultural Studies*, vol.3, no 12, pp.1–11.
- Benhabib S. (2006) The Claims of Culture. *Political Theory*, vol.3, no 34, pp.383-388.
- Bocharova I. (2010) Hidzhab kak osobennost musulmanskoj odezhdy [The hijab as a feature of Muslim clothing]. *Islamovedenie*, vol.4, no 2, pp. 4-8.
- Bullock K. (2002) *Rethinking Muslim Women and the Veil: Challenging Historical and Modern Stereotypes*. Herndon: International Institute of Islamic Thought, 328p.
- Dosanova G. (2010) Gorodskie zhenshhiny v hidzhabe. Novyj fenomen v Kazahstane? [Urban women in the hijab. A new phenomenon in Kazakhstan?]. *Vestnik Rossijskogo universiteta družby narodov*, vol.1, no 3, pp. 5-11.
- Douglas M. (2003) *Essays on the Sociology of Perception*. London: Routledge, 348p.
- El Saadawi N. (2015) *The Hidden Face of Eve: Women in the Arab World*. London: Zed Books, 426p.
- Goffman E. (1955) On face-work: An analysis of ritual elements in social interaction. *Psychiatry: Journal for the Study of Interpersonal Processes*, vol. 3, no18, pp.213–231.
- Jamrozik A., Nocella L. (1998) *The Sociology of Social Problems: Theoretical Perspectives and Methods of Intervention*. Melbourne: Cambridge University Press, 241p.
- Lewis R. (2015) *Muslim fashion: Contemporary style cultures*. Durham: Duke University Press, 400p.
- Nilufer G. (1996) *The Forbidden Modern: Civilization and Veiling*. Ann Arbor: University of Michigan Press, 173p.
- Ostrovskaja E. (2016) Religioznoe «evrejstvo»: opyt biograficheskogo narrativna v zakrytoj grupe [Religious "Jewishness": Experiencing a Biographical Narrative in a Closed Group]. *Sociologicheskie issledovanija*, vol.1, no 2, pp.110–118.
- Rosenberg T. (2019) Wrapped in Meaning: Modest Fashion as Feminist Strategy. *Nordic Journal of Feminist and Gender Research*, vol.4, no 27, pp.1-5.
- Simmel G., Frisby D., Featherstone M. (1997) *Simmel on culture: selected writings*. London: Sage Publications, 302p.
- Taylor S. (2005) A place for the future? Residence and continuity in women's narratives of their lives. *Narrative Inquiry*, vol.3, no13, pp.249-265.