



# ТРАНСФОРМАЦИЯ ПОВСЕДНЕВНОЙ КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКИХ МУСУЛЬМАН В СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ СРЕДЕ СТОЛИЧНОГО МЕГАПОЛИСА

УДК 008

<http://doi.org/10.24412/1997-0803-2023-5115-53-59>

**И. А. Купцова**

Московский государственный педагогический университет,  
Московский государственный лингвистический университет,  
Москва, Российская Федерация,  
e-mail: ia.kupcova@mpgu.su

**Г. Ф. Зиннатуллина**

Институт международных отношений и социально-политических наук,  
Московский государственный лингвистический университет,  
Москва, Российская Федерация,  
e-mail: Gul-basharova@yandex.ru

*Аннотация:* Статья посвящена исследованию процессов трансформации повседневной культуры российских мусульман в условиях социокультурной среды мегаполиса. Авторы анализируют ведущие характеристики современного мегаполиса (на примере Москвы) и их влияние на проявление особенностей культуры повседневности российских мусульман, а также изменение ее традиционных практик. Рассматриваются наиболее значимые репрезентации культуры повседневности мусульман, связанные с культурой коммуникации, культурой питания, индустрией моды и красоты.

*Ключевые слова:* столичный мегаполис, трансформация повседневной культуры, культура повседневности мусульман, мусульманская культура, российские мусульмане.

КУПЦОВА ИРИНА АЛЕКСАНДРОВНА – доктор культурологии, доцент, заведующий кафедрой медиаобразования, Московский государственный педагогический университет; профессор кафедры мировой культуры, Московский государственный лингвистический университет

ЗИННЯТУЛЛИНА ГУЛЬШАТ ФЯРИТОВНА – старший преподаватель кафедры лингвистики и профессиональной коммуникации в области политических наук, Институт международных отношений и социально-политических наук, Московский государственный лингвистический университет; соискатель кафедры мировой культуры, Московский государственный лингвистический университет

KUPTSOVA IRINA ALEXANDROVNA – DSc in Cultural Studies, Associate Professor, Head of the Department of Media Education Department, Moscow Pedagogical State University, Professor at the Department of World Culture, Moscow State Linguistic University

ZINNYATULLINA GULSHAT FYARITOVNA – Senior Lecturer at the Department of Linguistics and Professional Communication in the Field of Political Studies, Institute of International Relations and Socio-Political Sciences, Moscow State Linguistic University; Applicant for the Department of World Culture, Moscow State Linguistic University

© Купцова И. А., Зиннатуллина Г. Ф., 2023



Для цитирования: Купцова И. А., Зиннатуллина Г. Ф. Трансформация повседневной культуры российских мусульман в социокультурной среде столичного мегаполиса // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2023. №5 (115). С. 53–59. <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2023-5115-53-59>

## TRANSFORMATION OF EVERYDAY CULTURE OF RUSSIAN MUSLIMS IN THE SOCIO-CULTURAL ENVIRONMENT OF THE METROPOLITAN METROPOLIS

**Irina A. Kuptsova**

Moscow State Pedagogical University,  
Moscow State Linguistic University,  
Moscow, Russian Federation,  
e-mail: ia.kupcova@mpgu.su

**Gulshat F. Zinnyatullina**

Institute of International Relations and Socio-Political Sciences,  
Moscow State Linguistic University,  
Moscow, Russian Federation,  
e-mail: Gul-basharova@yandex.ru

**Abstract:** The article is devoted to the study of the processes of transformation of the everyday culture of Russian Muslims in the socio-cultural environment of the metropolis. The authors analyze the main characteristics of the modern metropolis (on the example of Moscow) and their influence on the manifestation of the features of the culture of everyday life of Russian Muslims, as well as the change in its traditional practices. The most significant representations of the culture of everyday life of Muslims associated with the culture of communication, food culture, fashion and beauty industry are considered.

**Keywords:** metropolitan metropolis, transformation of everyday culture, everyday culture of Muslims, Muslim culture, Russian Muslims.

**For citation:** Kuptsova I. A., Zinnyatullina G. F. Transformation of everyday culture of Russian Muslims in the socio-cultural environment of the metropolitan metropolis. *The Bulletin of Moscow State University of Culture and Arts (Vestnik MGUKI)*. 2023, no. 5 (115), pp. 53–59. (In Russ.). <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2023-5115-53-59>

Осмысление проблемы появления и развития мегаполисов в научной литературе расширяется по мере роста самого феномена и усиления влияния мегаполисов как на развитие государств в целом, так и отдельно на конкретного человека-жителя мегаполиса. Вопросы, возникающие при обращении к анализу мегаполиса, связаны с целым рядом аспектов: от изучения истории возникновения и этапов генезиса социокультурного пространства мегаполиса до психологических и психосоматических проблем жителя городской агломерации; от выявления истоков и причин появления мегаполисов до попыток

определить возможные сценарии их существования в далеком и недалеком будущем.

Российский философ и культуролог М. С. Каган утверждал, что «именно город на протяжении всей своей истории оказался и остается создателем и носителем особого типа культуры, ставшего определяющим для современного мира» [4, с. 15]. Среди современных городов отдельное место занимают мегаполисы, формируя городские анклавов внутри стран и развивая специфические характеристики социокультурного пространства и варианты идентичности их жителей. История европейских мегаполисов начинается



с XVII века, когда на волне зарождения индустриального мира стремительное развитие получают столицы, как центры политической и экономической власти эпохи Нового времени. Мегаполис, в переводе с древнегреческого (μεγάλο-полиς – мегалополис) буквально означает «большой город». Франко-американский исследователь Ж. Готтман, изначально рассматривая территорию непрерывных застроек в районе восточного побережья Америки от Бостона до Вашингтона, создает концепцию мегаполополиса, в котором нивелируется разница между городскими и сельскими областями [8]. И. А. Вершинина отмечает, что Ж. Готтман «рассматривает мегалополис как новые возможности, благоприятствующие инновациям, экспериментам и обмену знаниями и идеями» [2, с. 43]. Ключевое место в его теории занимают понятия «циркуляции», «границ», «иконографии»; особо подчеркивается значимость информации и анализируется роль миграции в развитии городской агломерации.

Мегаполисы – производная рыночной экономики с присущей ей предпринимательской деятельностью, экономическим перераспределением ресурсов (в том числе людских), возникнув как результат процесса индустриализации, со временем претерпели существенные изменения и в постиндустриальную эпоху выступают, прежде всего, центрами инноваций и интеграционным фактором для многообразных тенденций. При этом в контексте мегаполиса развивается не только профессиональная или специализированная культура, мегаполис отличает особый тип повседневной культуры.

Повседневная культура вариативна и во многом определяется этнокультурной идентичностью, связанной, в том числе, и с конфессиональной принадлежностью. Российский культуролог И. В. Малыгина трактует этнокультурную идентичность как «... сложный социально-психологический феномен, подразумевающий осознание общности индивида с тем или иным этносоциальным образованием на основе разделяемой культуры (включая конфессиональную...)» [6,

с. 66]. Таким образом, религиозная принадлежность выступает основанием для определения особого типа повседневной культуры, обусловленного конфессиональной принадлежностью и самоидентификацией.

*Повседневная культура российских мусульман – это практики жизнедеятельности жителей России, разворачивающиеся на быденном уровне культуры, характер и содержание которых в большей или меньшей степени определены ценностно-смысловым комплексом, нормами, традициями и обычаями ислама.*

Российский исследователь Е. А. Власова, характеризуя мегаполис как специфический культурный феномен, обосновывает наличие текста мегаполисной культуры и мегаполисной идентичности. Автор выделяет различные варианты репрезентации культуры мегаполиса, выявляя типологию ментальности жителей мегаполиса, и предлагает следующее определение: «...Мегаполис как социокультурный феномен представляет собой особым образом организованную культурную среду, которая явилась результатом урбанистической макродинамики. В современном мегаполисе преодолеваются свойственные городской организации замкнутость, четкая локализация и маркировка социокультурного и социоментального пространства. Пространство мегаполиса как целое в принципе не может быть полностью освоено сознанием» [1, с. 12–13]. Обращаясь к ведущим характеристикам мегаполиса, можно отметить ризомность его социокультурного пространства, унифицирующее воздействие на расстояние и масштабы, несоразмерные человеку и его традиционным представлениям о месте жительства, типах взаимодействия.

Унификация и стандартизация, характерная для социокультурного пространства мегаполиса, в то же время обладает существенной стратификацией и складывается из различных культурных миров и явлений, которые как возникают в процессе модернизационных процессов, так и являются элементами традиционной культуры. Мегаполисы мира,



обладая схожими чертами и универсальными характеристиками, как сверхкрупные городские агломерации, всё же имеют свое «лицо», отличаются самобытностью и своеобразной неповторимостью в силу исторических причин, природно-географических факторов, этнокультурного состава населения, интенсивности миграционных процессов и пр.

Одним из важных аспектов для анализа мегаполиса и связанной с ним идентичности является религиозная принадлежность, религиозная идентичность ее жителей. Москва является городом, где представлены различные религии и вероисповедания, которым следуют жители столицы в соответствии со своими предпочтениями, историческими, культурными и семейными традициями. Вот сведения, озвученные в интервью РИА Новости 19 ноября 2021 года Муфтием Москвы, имамом Московской соборной мечети, Ильдаром Аляутдиновым: «По самым приблизительным данным, в столице около 3–3,5 миллионов мусульман, из которых два миллиона – жители города, а остальные 1–1,5 – приехавшие на заработки» [7]. Число последователей ислама в российской столице неуклонно возрастает, о чем могут свидетельствовать результаты наблюдений во время религиозных праздников мусульман. Существующие мечети давно перестали вмещать всех желающих, их присутствие все заметнее в городском пространстве, а элементы мусульманской культуры стали неотъемлемой частью жизни мегаполиса.

Л. В. Беловинский справедливо отмечает, что «... практически нет таких жизненных сфер, которые были бы вне повседневности. Она выражается в «правилах игры» коллективной жизни социума: мотивациях, социальной стратегии, нормах и правилах, стандартах адаптивной деятельности, организации, коммуникации, регуляции, в нравах, обычаях, ритуалах, стереотипах восприятия и поведения, вкусах, оценках, творчестве, труде, формах отдыха и других регуляторах общественного поведения этносов, страт, социокультурных микрогрупп и индивидов в процессе общественного бытия в каждый историче-

ский момент» [1, с. 84]. Мир повседневности представлен в пространстве мегаполиса через различные сервисы, услуги и товары, которые необходимы человеку на постоянной основе. Это многочисленные магазины различных форматов, предприятия общественного питания, организации службы быта и обслуживания населения, предприятия «индустрии красоты».

Столичные сервисы обладают высокой степенью инновационности и динамизма, основываясь на технических и технологических достижениях, развитии информационной цифровой среды. Трансформируясь сами (прежде всего преследуя коммерческие цели), они существенно меняют жизнь горожан в ее повседневном проявлении. Большая часть из них – это многочисленные сетевые организации, которые представляют собой стандартизированные форматы обслуживания, четко определенный набор товаров, идентичный в каждой «точке» сети. Обращаясь к ним за товарами и/или услугами, человек попадает в привычную среду, где комфортно совершать покупки, необходимые для повседневных практик жизнедеятельности. Отдельного внимания в данном случае заслуживают сервисы доставки товаров. Развиваясь с большой скоростью, в настоящее время они являются неотъемлемой частью повседневности столичного жителя, воспринимающего как норму быструю и сверхбыструю доставку огромного списка товаров. Отдельные сервисы привлекают к себе внимание обещаниями доставки за 15 минут, что в условиях мегаполиса трактуется как достижение высокого уровня и конкурентное преимущество, с учетом столичных расстояний и загруженностью транспортных магистралей. Это существенно изменяет конфигурацию повседневных практик, например, замещая посещение реального магазина, обращением к его интернет-версии и совершением онлайн-покупки.

Изменяется привычный темп-ритм и содержание повседневных практик. Вместо похода из дома/с работы в физическое пространство торгового предприятия, вза-



имодействия с его сотрудниками (пусть, как правило, минимизированного сервисами повсеместного самообслуживания) человек обращается к цифровой версии товаров и, как правило, наедине, совершает покупки. Нередко это происходит по пути, в транспорте, то есть совмещается с другими видами активности. Эти существенные изменения, воспринимаются на уровне обыденной культуры, как привычные характеристики повседневности, требуют глубокого осмысления, так как они свидетельствуют о фактическом распаде ее традиционных практик. Отчасти этот процесс можно сравнить с исторически произошедшей заменой специальных рыночных дней, существовавших в городах (как правило, это была суббота), постоянно работающими магазинами, а затем и торговыми центрами, гипермаркетами. Тогда произошла существенная трансформация цикличности повседневных практик, которые включали будни и обязательное посещение рынка один раз в неделю и приобретение необходимых товаров на неделю. Они были заменены на возможность совершать покупки в любое время (любой день недели). Отметим, что ряд малых городов России сохраняет работу еженедельных рынков, естественным образом продолжая развивать традиционный уклад жизни. Отдельные элементы этой традиции встречаются в мегаполисе в виде «ярмарок выходного дня», районных рынков, фермерских ярмарок, которые работают сезонно или циклично в недельном ритме, опираясь на исторически сложившийся уклад жизни.

За этими изменениями стоит не просто принципиально иной способ покупки товара или услуги, но, что более важно, изменение модели коммуникации, появление новых привычек и способов взаимодействия. Совершая покупки онлайн, невозможно кого-то случайно встретить, обсудить последние новости и интересующие вопросы. Предполагаем, что в недалеком будущем ведущие сервисы онлайн-торговли предоставят возможность виртуального совместного совершения выбора товара и покупки, что будет во многом

повторять совместные походы по магазинам, которые в реальной жизни совершают друзья, семьи, родственники. В настоящее время мы можем констатировать перенос реальных практик в виртуальное пространство.

Российские исследователи О. Н. Астафьева и Н. В. Кузьмина рассматривают мегаполис как «...репрезентант новых смыслов культуры», обращая внимание на возрастание экзистенциальных и духовно-нравственных вызовов, перед которыми оказывается житель мегаполиса. Его картина мира во многом формируется под влиянием семиотики урбанистического пространства [5]. Жизнь мегаполиса невозможно представить без развитой транспортной сети, которая собирает воедино, «стягивает» пространство, позволяя перемещаться на большие расстояния за более или менее короткий промежуток времени. Москва, являясь одним из самых развитых и благоустроенных столичных мегаполисов мира, обладает уникальной транспортной сетью, которая продолжает стремительно развиваться, изменяя привычные повседневные практики горожан. Это, прежде всего, новые маршруты и станции, соединяющие различные районы и позволяющие более быстро и комфортно перемещаться по практически безграничному миру мегаполиса. Они во многом определяют пространственно-временные характеристики, в которых разворачивается жизнь человека. Дорога на работу и обратно, местонахождение социальных объектов (поликлиник, больниц), образовательных организаций, учреждений культуры и досуга формируют своеобразную «территориально-географическую матрицу», в которой находится человек.

Территориально-географическая матрица мегаполиса отражает многообразие проживающих в нем людей. Это касается как возраста, профессиональных занятий, так и конфессиональной, этнокультурной принадлежности. Религиозная культура во многом определяет повседневные практики, проявляясь в пространстве мегаполиса. Для Москвы культурное и конфессиональное разнообразие

является результатом хода исторического развития как России в целом, так и самой столицы. Являясь центром притяжения и сосредоточения экономической и культурной жизни, ткань столичной культуры вбирает в себя многочисленные инокультурные элементы, интегрирует различные явления и характеристики. Отвечая на запросы жителей, городское пространство включает ранее находившиеся в тени или на «окраине ойкумены» сервисы и товары. Так, появились многочисленные специализированные магазины со знаком «Халяль», подтверждающие предписанные Кораном требования по приготовлению продуктов, в крупных супермаркетах открылись и увеличиваются отделы с халяльной продукцией. Предположим, что имея направленность на определенную целевую аудиторию, они привлекают к себе внимание и других посетителей, просто предпочитающих качественный товар. При этом, продукция со знаком «Халяль», как правило, несколько дороже аналогичной, но уже без соответствующей маркировки.

Наряду с продуктами питания отметим появление специальных магазинов или отделов, как в реальном, так и виртуальном мире, которые предлагают одежду для мусульман. Преимущественно эти предложения предназначены женщинам и опираются на традиционные нормы, которые должны соблюдать в одежде мусульмане. Они, прежде всего, относятся к степени закрытости, ее силуэту, нередко цветовой палитре. При строгом соблюдении традиционных норм ислама костюм мусульманки должен закрывать практически все части тела, оставляя видными лишь кисти рук и лицо. Также предписывается и ношение хиджаба. Однако в условиях мегаполиса зачастую мусульманки используют лишь отдельные элементы традиционного наряда, соблюдая только основные правила и выбирая для повседневных практик одежду, отчасти скрывающую части тела.

Примечательной тенденцией, касающейся одежды, является развитие системы проката/аренды праздничных платьев и костюмов.

Это преимущественно столичная практика мегаполиса, где огромное население и малая вероятность совпадения нарядов на одном мероприятии. Также эта тенденция свидетельствует о распространении в мусульманском сообществе нового типа экономической модели, когда на смену обладанию приходит временное использование, подразумевающее последовательное совместное владение вещью/предметом в определенный период времени. В рамках этой экономической модели и то, что выходит за рамки обыденности (праздничные наряды, свадебные платья) больше не являются непременным атрибутом, находящимся в собственности, а играет роль своеобразной памяти о сложившейся традиции использования специальной одежды для особых жизненных случаев.

Таким образом, на уровне повседневных практик эти вещи исключены из обихода и не могут быть в дальнейшем включены в структуру семейных отношений (преимущественно это касается свадебного платья, традиционно представлявшего собой сакральный артефакт, который было принято хранить в семье, а в более далекие времена – и передавать по наследству). С одной стороны, соблюдаются традиционные нормы в одежде, с другой – обновляется способ приобретения (фактически дорогостоящая покупка заменяется краткосрочной арендой вещи, которая может понадобиться однократно). Подчеркнем неразрывную взаимосвязь повседневной и праздничной культуры, которые оказывают друг на друга существенное влияние, во многом обоюдно предопределяя их дальнейшее развитие.

Важным элементом культуры повседневности выступают практики здоровья и красоты, реализуемые в медицинских центрах, парикмахерских, салонах красоты и пр. Наряду с государственными учреждениями системы здравоохранения, в Москве развита система коммерческих медицинских организаций и предоставляемых ими услуг. Анализ предложений приводит к выводу о существовании в российской столич-



це ряда организаций, которые позиционируют себя, опираясь на конфессиональную принадлежность, и подчеркивают статус «мусульманских медицинских услуг». «Мусульманский доктор», «Стоматология для мусульман» и прочие слоганы представляют врачей не только как специалистов в своей сфере, но и акцентируют внимание постоянных и потенциальных посетителей на принадлежности к мусульманской культуре и традициям ислама. Принадлежность к мусульманскому миру расценивается маркетинговыми как фактор, способный привлечь внимание определенной группы клиентов. В то же время это свидетельство запроса со стороны мусульман-жителей мегаполиса на медицинское обслуживание у специалистов с определенной религиозно-культурной принадлежностью. Салоны красоты предоставляют различные процедуры, которые выполняются по нормам ислама, предла-

гаются различные способы ухода за своей внешностью без нарушения религиозных норм, альтернативные общепринятым.

Процесс трансформации повседневной культуры мусульман в условиях мегаполиса носит амбивалентный характер. С одной стороны, целый комплекс механизмов видоизменяет повседневные практики мусульманской культуры, с другой – элементы культуры повседневности мусульман обретают все большее число способов их репрезентации в социокультурном пространстве мегаполиса, в свою очередь, видоизменяя последнее. Культурный текст мегаполиса, его визуальная культура все больше включают элементы и проявления мусульманской культуры не только на уровне религиозных архитектурных сооружений, но и на обыденном уровне оформления пространств, названий, а также – отражения принадлежности к миру мусульман посредством одежды.

### Список литературы

1. Беловинский Л. В. Сущность и структура повседневности // *Философские науки*. 2012. № 7. С. 84–96.
2. Вершинина И. А. Концепция мегалополиса Жана Готмана // *Вестник Московского государственного университета*. Серия 18. Социология и политология. 2019. № 3. С. 36–48.
3. Власова Е. А. Мегapolis как семантико-символическая система: автореф. дис... канд. филос. наук. Москва, 2013. 22 с.
4. Каган М. С. Культура города и пути ее изучения [Текст] / М. С. Каган // *Город и культура: сборник научных трудов*. Санкт-Петербург: ГИК им. Н. К. Крупской, 1992. С. 15–34.
5. Кузьмина Н. В., Астафьева О. Н. Человек в современном городе: от дихотомии сакрального и профанного к инновационному и провокативному // *Урбанистика*. 2022. № 1. С. 26–37 [Электронный ресурс] URL: [https://nbpublish.com/library\\_read\\_article.php?id=36608](https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=36608)
6. Малыгина И. В. Идентичность в философской, социальной и культурной антропологии. Москва: Согласие, 2018. 240 с.
7. Муфтий Москвы рассказал, сколько мусульман проживают в столице // *РИА Новости* [Электронный ресурс] URL: <https://ria.ru/20211119/musulmane-1759757148.html>
8. Gottmann J. Megalopolis: the urbanized Northeastern Seaboard of the United States. N.Y., 1961.

\*

Поступила в редакцию 26.05.2023