

Научная статья

УДК 008

DOI 10.52070/2542-2197_2023_10_878_150



Репрезентация повседневной культуры российских мусульман в социальных сетях

И. А. Купцова¹, Г. Ф. Зиннатуллина²

^{1,2}Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия

¹Московский педагогический государственный университет, Москва, Россия

¹ia.kupcova@mpgu.su

²Gul-basharova@yandex.ru

Аннотация. В статье представлен результат контент-анализа репрезентации культуры повседневности российских мусульман в социальной сети ВКонтакте. Предложено авторское определение культуры повседневности российских мусульман, рассмотрены ее основные компоненты, нашедшие отражение в цифровом пространстве: религиозная культура, коммуникативная культура, гастрономическая культура, мода и одежда, красота и здоровье мусульман.

Ключевые слова: повседневная культура, культура повседневности мусульман, мусульманская культура, социальные сети, ВКонтакте, российские мусульмане

Для цитирования: Купцова И. А., Зиннатуллина Г. Ф. Репрезентация повседневной культуры российских мусульман в социальных сетях // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2023. Вып. 10 (878). С. 150–155. DOI 10.52070/2542-2197_2023_10_878_150

Original article

Representation of Everyday Culture of Russian Muslims in Social Networks

Irina A. Kuptsova¹, Gulshat F. Zinnyatullina²

^{1,2}Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia

¹Moscow Pedagogical State University, Moscow, Russia

¹ia.kupcova@mpgu.su

²Gul-basharova@yandex.ru

Abstract. The article presents the result of a content analysis of the representation of the culture of everyday life of Russian Muslims in the social network VKontakte. The author's definition of the culture of everyday life of Russian Muslims is presented, its main components reflected in the digital space are considered: religious culture, communicative culture, gastronomic culture, fashion and clothing, beauty and health of Muslims.

Keywords: everyday culture, everyday culture of muslims, muslim culture, social networks, VKontakte, Russian Muslims

For citation: Kuptsova, I. A., Zinnyatullina, G. F. (2023). Representation of Everyday Culture of Russian Muslims in Social Networks. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 10(878), 150–155. 10.52070/2542-2197_2023_10_878_150

ВВЕДЕНИЕ

Для России феномен мусульманской культуры имеет особое значение, обусловленное спецификой российской цивилизации, культурно-историческими этапами ее развития и перспективами социокультурной динамики в условиях многонационального и поликонфессионального устройства государства. Межкультурное взаимодействие – это неотъемлемая составляющая и одна из ведущих характеристик современного этапа развития отечественной культуры. При этом оно разворачивается на нескольких уровнях: от официального политического до обыденной практики и повседневной культуры. Последняя выступает наиболее массовой формой проявления особенностей мусульманской культуры и взаимодействия ее носителей друг с другом и представителями других культур. По мнению авторитетных исследователей «Повседневные культурные практики XXI века существенно изменили и стремительно продолжают менять действующий миропорядок» [Астафьева, Никонорова, Шлыкова, 2018, с. 520]. Актуальным средством коммуникации выступают социальные сети, которые продолжают стремительно развиваться вместе с изменением роли и значения Интернета в жизни человека. Нередко значительная часть жизни человека проходит в виртуальном пространстве, взаимодействие с другими людьми опосредовано техническими устройствами и компьютерными программами. Цифровизация проявляется не только на специализированном уровне (например, в профессиональной деятельности), но является органичной частью культуры повседневности, формируя человека как пользователя и более или менее активного участника процесса формирования контента, способного выстраивать взаимодействие в виртуальном пространстве. Возникает вопрос о соответствии представленных в сети повседневных практик их реальному воплощению. Являются ли страницы в социальных сетях лишь отражением реальной жизни или они создают особый мир, дополнительную цифровую среду, в которой развивается культура повседневности. Насколько само обращение к цифровым ресурсам является неотъемлемой частью культуры повседневности? Особый интерес в этой связи представляет проявление повседневности различных культур, обладающих этнокультурными характеристиками, особенностями проявления многообразных культурных миров в Интернете и, в частности, в социальных сетях. Одной из наиболее распространенных в России социальных сетей является ВКонтакте, на примере которой будет рассмотрена заявленная проблематика.

КУЛЬТУРА ПОВСЕДНЕВНОСТИ РОССИЙСКИХ МУСУЛЬМАН: ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ И СТРУКТУРА

Изучение культуры повседневности происходит в контексте разных научных дисциплин и мировоззренческих представлений. Традиционным подходом является изучение культуры повседневности отдельного исторического периода, конкретной страны или региона; значительный пласт представляют собой исследования роли отдельных предметов или элементов культуры повседневности; особое внимание уделяется влиянию религиозной культуры на повседневность, как в различные исторические периоды, так и в условиях современности [Зиннатуллина, 2020, с. 103]. Проблематика культуры повседневности неразрывно связана с исследованием этнокультурной идентичности, которая трактуется российским культурологом И. В. Малыгиной как «... сложный социально-психологический феномен, подразумевающий осознание общности индивида с тем или иным этносоциальным образованием на основе разделяемой культуры (включая профессиональную...)» [Малыгина, 2018, с. 66]. В повседневных практиках наиболее ярко проявляется идентичность личности, ее принадлежность к тому или иному культурному миру. Культура повседневности определяется как «понятие, используемое для обозначения способа организации жизнедеятельности человека на основе накопленного опыта в конкретной культурной системе (временной, территориальной, социально-групповой и т. д.), выраженного: в устоявшихся/традиционных для данного общества представлениях, ценностных ориентациях, смыслах, символах; в закрепленных в привычных/заученных/ «автоматических» паттернах общения, моделях поведения; в регулярном использовании определенного набора предметов, востребованных в условиях образа жизни человека, принадлежащего к определенной культуре» [Быстрицкая, 2019, с. 472].

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

Важными составляющими культуры повседневности выступают: системы коммуникаций (вербальных и невербальных), практики жизнеобеспечения (культура здоровья, питание, рекреация), место проживания (от ландшафта до личного жилья), материальные предметы и вещи (мебель,

посуда, украшения, одежда), обычаи, традиции, ритуалы (праздники, игры, развлечения) и т. д.

Неотъемлемой частью современных повседневных практик является цифровое пространство, предоставляющее разнообразные возможности для получения информации, межличностной коммуникации, проведения досуга, совершения покупок и получения различных услуг. Для характеристики этого феномена используется термин «медиакультура», который трактуется российским культурологом Н. Б. Кирилловой, как «...совокупность информационно-коммуникационных средств, выработанных человечеством в процессе культурно-исторического развития, способствующих формированию общественного сознания и социализации личности. Медиакультура включает в себя культуру производства и передачи информации, а также культуру ее восприятия; медиакультура может выступать и показателем уровня развития личности, способной “читать”, анализировать и оценивать медиатекст, заниматься медиаторством, усваивать новые знания посредством медиа и т. д.» [Кириллова, 2008, с. 18]. Исследователь подчеркивает, что «...развитие медиакультуры – процесс исторически обусловленный, закономерный с точки зрения эволюции человеческой цивилизации» [Кириллова, 2014, с. 15].

При этом отметим, что неотъемлемой чертой повседневной культуры современного человека выступает процесс активного использования возможностей Интернета и, особенно, социальных сетей. Остановимся более подробно на анализе отражения культуры повседневности мусульман в социальных сетях на примере социальной сети ВКонтакте, проведя контент-анализ содержания материалов открытых групп.

РЕЛИГИОЗНАЯ КУЛЬТУРА МУСУЛЬМАН И ЕЕ ОТРАЖЕНИЕ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ ВКОНТАКТЕ

Ядром мусульманской культуры выступает ее ценностно-смысловой комплекс, который формирует личность и определяет особенности повседневной жизни человека. К значимому осмыслению ценностей пришел российский философ и культуролог М. С. Каган, который разработал философскую теорию ценности в контексте культуры и используемый в рамках этой теории ценностно-культурный подход. Ценность в жизни человека и общества выполняет двойственную роль – «она проявляется и в отношениях субъекта к объекту и в межсубъектных отношениях» [Каган, 2007, с. 189].

Прежде всего это отражается в религиозной культуре, которой посвящены многочисленные группы в социальных сетях, что подтверждает значимость и распространенность данной культуры среди пользователей. Члены этих виртуальных сообществ обсуждают вопросы веры, толкования религиозных текстов (размышления над смыслами аятов Священного Корана), значительное внимание уделяют обрядовой стороне ислама, духовным практикам, а также обращаются к наследию духовных лидеров прошлого и настоящего. Так, группа «Ислам», насчитывающая 476 тыс. подписчиков, приглашает на прямые трансляции обсуждений актуальных религиозных вопросов, духовных проблем. Например, обсуждаются правила соблюдения Рамадана, его благотворного влияния на духовное состояние и физическую форму человека. Многочисленные публикации посвящены формированию духовно-нравственного мира мусульманина через обращение к текстам Корана, а также высказываниям духовных лидеров. Администраторы группы размещают публикации с такими текстами, которые сопровождаются соответствующей визуализацией: «Пророк сказал: «Если мусульманин накормит голодного мусульманина, то Аллах накормит его райскими плодами» (Абу Давуд, Ат-Тирмизи)»; «Пророк сказал: «Если мусульманин оденет мусульманина, лишенного одежды, то Аллах оденет его в зеленые райские одежды» (Абу Давуд, Ат-Тирмизи); также частыми публикациями являются просьбы о помощи тяжелобольным мусульманам, их детям. Эти материалы позволяют говорить о доминирующих моральных, этических и духовных ценностях, которые транслируются посредством социальной сети. Обращает на себя внимание довольно низкая «обратная связь» на публикации, которая выражается не только в комментариях, но и в использовании «сердечек» как знаков поддержки и одобрения публикации, выражения своих позитивных чувств (при показателе просмотров в 16 тыс., всего 1137 «сердечек» или выражения одобрения, при шести тысячах просмотров публикации – 456 одобрений, при 61 тыс. просмотров – 2211 «сердечек» и т. д.). Предположим, что это отражение традиций довольно сдержанного выражения эмоций в религиозной культуре мусульман.

Группа «Ислам в моем сердце», объединяющая более 33 тыс. участников, публикует моральные наставления, объясняет правила поведения по законам Корана, соблюдения заповедей. Обращает на себя внимание диалогичный характер взаимодействия в рассматриваемых группах и объединениях, стремление участников выяснить особенности и тонкости религиозных обрядов и ритуалов,

обращение к авторитетным лидерам за разъяснением вопросов веры. Многочисленные религиозные сообщества в социальной сети возглавляют имамы, которые используют цифровое пространство для взаимодействия с уммой, расширяя его возможности. Представляется, что подобные группы могут стать предметом самостоятельного исследования выражения религиозности средствами современных медиа.

Обратимся к анализу репрезентации повседневной культуры мусульман в социальных сетях, выделив такие ее составляющие, как системы коммуникаций, культуру здоровья, питание, способы рекреации, а также одежду.

КОММУНИКАТИВНАЯ КУЛЬТУРА И ПОВСЕДНЕВНЫЕ ПРАКТИКИ МУСУЛЬМАН В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ ВКОНТАКТЕ

Уровни повседневной культуры простираются от бытового до профессионального и включают многомерные феномены. Одним из таких выступает процесс коммуникации, как межкультурной, так и межличностной. Коммуникативное взаимодействие предполагает обмен информацией на разных уровнях, что находит отражение и в социальных сетях. Большое количество групп посвящено информированию о мире ислама и сообществах мусульман. Так, группа Ислам-News, насчитывающая более 26 тыс. участников, позиционирует себя как площадка для новостей, аналитической и просветительской информации об исламе. Традиционными материалами для нее являются зарубежные и российские новости мира ислама (деятельность мечетей, паломничество), результаты различных исследований и опросов. Например, приводятся данные о прямой зависимости числа курильщиков и исповедовании ислама: указывается, что самыми некурящими регионами России признаны республики, где ислам является преобладающей религией – Чечня, Ингушетия и Дагестан.

Группа «Ислам сегодня / Хузур», объединяющая около 270 тыс. участников, популяризирует знания об исламе, правильном соблюдении правил поста, халяльных продуктах и многих других вопросах, которые интересуют мусульман ежедневно.

Группа «Мусульмане и Ислам», в которой более 92 тыс. участников, в качестве своего кредо представляют емкое выражение «Об Исламе. Достоверно». Несмотря на название, это преимущественно направленный на коммуникацию ресурс, толкующий нормы ислама и варианты их реализации в повседневной жизни. Например, объясняются правила поведения в обществе, где люди говорят

на разных языках (приводится прямой запрет на использование незнакомого человеку языка в его присутствии).

Еще одним вариантом коммуникации в социальных сетях выступает объединение людей по религиозному и гендерному признаку. В группе «Дневник мусульманки», насчитывающей более 494 тыс. подписчиков, основными темами выступают: правила соблюдения Рамадана, духовно-нравственные наставления, различные марафоны по сбору средств нуждающимся, в том числе, с привлечением известных мусульман. Обсуждаются темы, наиболее значимые в жизни женщины: семья, взаимоотношения с мужем и детьми; все вопросы рассматриваются сквозь призму веры.

Обращает на себя внимание активное использование видеоматериалов для раскрытия содержания вопросов повседневной жизни мусульман. Большое количество постов отражает нравственные устои традиционной мусульманской культуры. При этом приводятся доводы в пользу этих традиций и моральных установок с опорой на текст Корана и мнения духовных лидеров.

Отдельный интерес представляют группы в ВКонтakte, объединяющие для общения и взаимодействия мусульман разных городов, регионов и отдельных локальных пространств. Например, «Мусульмане Мурманска», «Мусульмане Кемерово», «Мусульмане Карелии», «Мусульмане Казани», «Мусульмане Краснодара», «Мусульмане Челябинска», «Мусульмане Костромы», «Мусульмане Тулы и не только» и многие другие. Обращает на себя внимание, что эти группы существуют как в городах с доминирующим мусульманским населением, так и в традиционных местах проживания представителей других религиозных систем (православия). Эти группы отражают события в мусульманском мире преимущественно на уровне локального пространства, в масштабе отдельного города или региона. Например, там размещаются объявления о предстоящих местных мероприятиях, представляются обзоры прошедших событий.

Определенный интерес представляют сообщества, созданные по типу досок объявлений, где размещаются различные предложения и запросы. Так, в сообществе «Объявления для мусульман», объединяющем 22 тыс. участников, можно выделить следующие группы объявлений и направлений коммуникации участников: аренда жилья, предложения вакансий и поиск работы, предложения продажи разнообразных товаров, связанных с мусульманской культурой (мусульманская одежда, масляные духи, пищевые добавки и др.).

В группе «Мусульмане в Москве, объявления, работа, жилье» название говорит само за себя. Здесь сдается и снимается жилье, находятся компаньоны для совместной аренды недвижимости, встречаются работодатели и соискатели, продаются и покупаются различные товары и услуги.

Еще одной важной составляющей повседневной культуры мусульман являются вопросы здоровья и питания, которые широко представлены в социальных сетях. Они традиционно рассматриваются и в представленных ранее группах, и объединяют интересующихся какими-то конкретными вопросами. Значительное число пользователей подписывается на группы, посвященные вопросам питания, кулинарии и гастрономии. Так, на запрос «Халяль» ВКонтакте поисковик выдает около 1100 сообществ. В основном они представляют местных производителей или продавцов халяльной продукции, во многом являясь виртуальной витриной товаров. Отдельную категорию составляют кафе и рестораны, осуществляющие свою деятельность по законам ислама и акцентирующие внимание на своей кухне, использующей продукты со знаком Халяль. Прослеживается широкая география таких предложений и их представленность, как в мегаполисах, так и в малых городах.

Проявлением культуры повседневности выступают вопросы одежды и моды. На запрос «Мусульманская одежда» поисковик социальной сети ВКонтакте выдает более 1150 сообществ, объединенных темой стиля, моды, мужской и женской мусульманской одежды. Рассмотрим одно из сообществ. «Мусульманская одежда для девушек» объединяет более 17 тыс. пользователей и активно предлагает (продает) различную одежду для мусульманок. От традиционных закрытых платьев, создающих классический образ – до современных предложений одежды, разнообразной по форме, цвету и моделям.

Сообщество «ХИДЖАБ STYLE. Мусульманская одежда», 11 тыс. подписчиков, предлагает

к продаже мусульманскую одежду, косметику, биологические добавки и прочее. Активно используются видеоматериалы для лучшей демонстрации одежды на моделях.

Еще одним отражением культуры повседневности мусульман выступает тема красоты и здоровья. И здесь, по аналогии с уже рассмотренными сообществами, мы отметим группы по интересам, которые объединены стремлением заботы о своем здоровье и здоровье своих близких, отражающие представления о красоте и способах ее достижения. Прежде всего это многочисленные сообщества, которые формируются вокруг конкретных медицинских учреждений, позиционирующих себя как мусульманские медицинские центры. Отдельное внимание привлекают правила, на которые опираются в своей работе мусульманские салоны красоты, позиционирующие себя именно таким образом.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Рассмотренные варианты отражения повседневной культуры мусульман в социальных сетях, на примере сети ВКонтакте, позволяют сделать выводы:

- сообщества в социальных сетях во многом являются своеобразной «копией» реальной жизни и проявлений культуры повседневности;
- используются новые возможности онлайн-коммуникаций для привлечения большего числа участников, которые зачастую рассматриваются как потребители конкретных товаров и услуг;
- проведенный контент-анализ позволяет провести классификацию сообществ, среди которых выделим: 1) сообщества сугубо религиозной направленности; 2) сообщества, опирающиеся на нормы Корана, популяризирующие ценностно-смысловые основания ислама, проводящие просветительскую работу; 3) сообщества, отражающие элементы культуры повседневности на ее бытовом уровне.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Астафьева О. Н., Никонорова Е. В., Шлыкова О. В. Культура в цифровой цивилизации: новый этап осмысления стратегии будущего для устойчивого развития // Обсерватория культуры. 2018. Т. 15. № 5. С. 516–531.
2. Зиннатуллина Г. Ф. Культура повседневности мусульман: вариативность практик в условиях российского мегаполиса // Культура и цивилизация. 2020. Т. 10. № 1–1. С. 102–108.
3. Малыгина И. В. Идентичность в философской, социальной и культурной антропологии. М.: Согласие, 2018.
4. Быстрицкая Е. В. Повседневности культура // Прикладная культурология. Энциклопедия / сост. и науч. ред. И. М. Быховская. М.: Согласие, 2019. С. 472–481.
5. Кириллова Н. Б. Медиакultura: теория, история, практика. М.: Академ. проект, 2008.
6. Кириллова Н. Б. Медиакultura и основы менеджмента. Екатеринбург: Изд-во Уральского университета, 2014.
7. Каган М. С. Философская теория ценностей. СПб.: Петрополис, 2007.

REFERENCES

1. Astafieva, O. N., Nikonorova, E. V., Shlykova, O. V. (2018). Kultura v cifrovoy civilizacii: noviy etap osmisleniya strategii budushego dlya ustoychivogo razvitiya = Culture in digital civilization: a new stage in understanding the strategy of the future for sustainable development. *Observatory of Culture*, 15(5), 516–531. (In Russ.)
2. Zinnyatullina, G. F. (2020). Muslim everyday culture: variability of practices in the Russian metropolis. *Culture and Civilization*, 10(1–1), 102–108. (In Russ.)
3. Malygina, I. V. (2018). Identichnost' v filosofskoy, socialnoy i kulturnoy antropologii = Identity in philosophical, social and cultural anthropology. Moscow: Soglasiye. (240). (In Russ.)
4. Bystritskaya, E. V. (2019). Povsednevnyy kultura = Everyday culture. *Prikladnaya kulturologiya. Applied Culturology* (pp. 472–481). Encyclopedia. Moscow: Soglasiye. (In Russ.)
5. Kirillova, N. B. (2008). Mediakultura: teoriya, istoriya, praktika. Media culture: theory, history, practice. Moscow: Akadem. projekt. (In Russ.)
6. Kirillova, N. B. (2014). Mediakultura i osnovy menedjmenta = Media culture and basics of management. Yekaterinburg: Ural Federal University. (In Russ.)
7. Kagan, M. S. (2007). Filosofskaya teoriya cennostey = Philosophical theory of values. St. Petersburg: Petropolis. (In Russ.)

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Купцова Ирина Александровна

доктор культурологии, доцент
профессор кафедры мировой культуры
Московского государственного лингвистического университета
заведующая кафедрой медиаобразования
Московского педагогического государственного университета
эксперт НОЦ «Гражданское общество и социальные коммуникации» РАНХиГС

Зиннатуллина Гульшат Фяритовна

старший преподаватель
кафедры лингвистики и профессиональной коммуникации в области политических наук
Института международных отношений и социально-политических наук
Московского государственного лингвистического университета
соискатель кафедры мировой культуры
Московского государственного лингвистического университета

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Kuptsova Irina Alexandrovna

Doctor of Culturology (Dr. habil.), Associate Professor
Professor at the Department of World Culture
Moscow State Linguistic University
Head of Media Education Department, Moscow Pedagogical State 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 Social-Political Studies
an applicant of the Department of World Culture
Moscow State Linguistic University

Статья поступила в редакцию
одобрена после рецензирования
принята к публикации

07.07.2023
11.07.2023
13.07.2023

The article was submitted
approved after reviewing
accepted for publication