

«КОНФЕССИОНАЛЬНЫЙ ЧУЖОЙ»: АЛИМЕНТАРНЫЕ И ВЕСТИМЕНТАРНЫЕ МАРКЕРЫ.

Топчиев Михаил Сергеевич, кандидат политических наук, ведущий специалист, Астраханский государственный университет, Российская Федерация, 414056, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а, E-mail: ceo.gfn@gmail.com

На общекатегориальном уровне религиозная принадлежность является важнейшей из идентификационных характеристик Чужого. Другая вера разделяет нас гораздо чаще глубже, чем другая этническая принадлежность. В конфессиональной сфере конфликты между представителями «своего» этноса были самыми ожесточенными и продолжительными. Не затрагивая мировоззренческих особенностей и противоречий межконфессиональных коммуникаций, в статье проведен анализ двух важнейших маркеров «чужести»: конфессиональной алиментарной и вестиментарной культуры. Основной методологией исследования является сравнительный анализ наиболее ярких маркерных характеристик. В конфессиональной сфере они имеют свои особенности и подчас становятся «брендом» той или иной религии в современной жизни. Они уже на визуальном уровне объединяют людей, маркируя их как «своих», и одновременно (алиментарная культура) привлекая представителей других конфессий, ориентированных на здоровый образ жизни.

Ключевые слова. конфессия, Чужой, алиментарная культура, вестиментарная культура, конфессиональная идентификация

“CONFESSIOAL ALIEN”: ALIMENTARY AND VESTIMENTARY MARKERS

Topchiev Mikhail S., D.Sc. (Politics), Leading Specialist, Astrakhan State University, 20a Tatischeva Str., Astrakhan, 414056, Russian Federation, E-mail: ceo.gfn@gmail.com

A religious affiliation is the most important one out of all identifying characteristics of the Alien at the categorical level. Different faith may deeply set us apart rather than different ethnic affiliation. In the confessional sphere conflicts between the representatives of “own” ethnic group were the most violent and of long continuance. In the article we do not touch upon worldview peculiarities and contradictions of interconfessional communications, we analyzed two important markers of “the Alien”: confessional alimentary and vestimentary culture. The main research methodology is a comparative analysis of vivid marker characteristics. In the confessional sphere they have their own features and sometimes they become a “brand name” one or other religion in the modern life. They unite people at the visual level, they mark them as their “own” ones and at the same time they (in alimentary culture) attract representatives of other confessions, focused on a healthy lifestyle.

Keywords: confession, Alien, alimentary culture, vestimentary culture, concessionary identification

Дихотомия Свой-Чужой является предметом обсуждения специалистов разного профиля – филологов, этнографов, психологов, социологов, культурологов и т. д. Проблемы, связанные с Чужим разрабатывались известными зарубежными и отечественными исследователями (Э. Гуссерль, Э. Левинас, Б. Вальденфельс, С. Жижек, А. П. Романова, С. Н. Якушников.) Оппозиция «Свой – Чужой» является важнейшей для понимания организации общества, особенностей формирования и функционирования культуры. Необходимо учитывать, что бинарность разворачивается в цепочку взаимосвязанных и опосредованных понятий, например «Свой – Чужой – Наш» [4] или «Свой – Другой – Чужой – Враг – Монстр» [7], тем самым описывая траекторию возникновения конфликтных ситуаций в социуме. Как мы знаем из мировой истории, именно религиозные конфликты являются наиболее затяжными и кровопролитными, причем характерными и для современного общества.

Как считает А. Ю. Григоренко, религия вносила новые акценты в оппозицию «мы – они», «свои – чужие», в результате чего возникло противостояние религий «своих» и религий «чужих» [2, с. 43]. Однако понятие «свои» религии весьма относительно. В рамках одного религиозного направления, например христианства, когда все религии должны объединяться как «свои» против чужих, не христианских религий (нехристей), возникали жесткие внутрехристианские конфликты (католики-гугеноты, РПЦ и раскольники и т.д.) Тем не менее надо признать, что уже в эпоху эллинизма традиционные маркеры (кровное родство, территория, язык) уступают место религии в формировании границ между своими и чужими, а в средние века в силу теоцентричности культуры становятся базовыми. [10, с. 55–56] Таким образом, на общекатегориальном уровне мы можем рассматривать религиозную идентификацию как один из важнейших маркеров определения Чужого.

Большинство исследователей как бы ставят знак равенства между конфессиональной чуждостью и религиозной идентичностью. А. М. Прилуцкий выделяет три уровня значений религиозной идентичности: 1) гиперкатегориальный уровень – верующий (оппозиция верующий – атеист), 2) категориальный уровень – христианин, 3) субкатегориальный уровень – конфессиональная и юрисдикционная принадлежность [5, с. 69]. Такое трехуровневое структурирование позволяет нам понять в первом приближении сложность идентификации так называемого «конфессионального Чужого». Можно предположить, что на первом уровне чужим является атеист, на втором, условно, для христиан мусульманин или буддист, на третьем предположим, для православных, старообрядец.

Но даже в рамках христианства, для православного – католик и старообрядец, находящиеся на разных структурных уровнях, по сути будут представлять собой разного Чужого. Так оппозиция «православный – католик» в России никогда не приводила к массовым расколам и конфликтам. Скорее эти процессы проходили на межличностном уровне или на локально-институциональном в регионах. Дихотомия же типа «православный – старообрядец» с одной стороны возникла в рамках понятия «Свой» и вылилась не просто в бинарность «Свой – Чужой», а представляла собой оппозицию «Свой – Враг». Если рассматривать

опозицию «Свой – Чужой» на « гиперкатегориальном уровне», то оппозиция «верующий-атеист» в советское время была конфликтной и представляла собой позицию «Свой – Враг». В настоящий момент она более смягчена и не носит явно конфликтогенного характера, как в России так и за рубежом. Это скорее дихотомия «Свой – Другой». Для мусульман разделение на «Свой – Чужой» идет по границе Уммы (бетильмерзаева), хотя понятие уммы тоже весьма многозначно.

Опять же надо учитывать, что в разные эпохи, в разных исторических ситуациях представители различных конфессий будут по разному определять свою религиозную идентичность и круг Своих и Чужих, поскольку даже полное совпадение религиозной идентичности не создает условий для отождествления единоверца как «своего», а иноверца как «Чужого» если контекст актуализирует иные (языковые, этнические, политические и т.д.) аксиологические критерии [11]. Даже представители, в частности церковные иерархи, одной конфессии могут быть восприняты как чужие, в случае их зарубежной юрисдикции, как государством [9], так и местным духовенством. [3] С точки зрения О. М. Шевченко сама конфессия является маркером конструирования фобии чужого. В современной ситуации мы действительно можем говорить о фобии исламизма и т. д. Однако с точки зрения миссионерства конфессиональный Чужой рассматривался как «заблудший сын». Но даже при переходе в другую веру он не становится полностью своим, а воспринимается как потенциальный Другой [10, с. 56].

В своей предыдущей работе мы вычленили базовые характеристики Чужого, прежде всего те, которые бросаются в глаза – цвет кожи, разрез глаз, язык, алиментарная и вестиментарная культура [7]. По этим признакам мы, чаще всего, идентифицируем так называемого «этнического Чужого» – представителя другого этноса, племени, культуры. Однако поле восприятия других людей как Чужих достаточно широко, и немаловажную роль здесь играет конфессиональная составляющая, тем более что можно говорить об определенной этнической самобытности религиозных институтов прежде всего древних цивилизаций. И если так называемую этническую идентичность мы в основном получаем с рождения, и смена ее это скорее вопрос гражданской ориентации, каким был например в СССР выбор материнской или отцовской национальности при получении паспорта, или вопрос о принадлежности к еврейской нации при иммиграции в Израиль, то христианином, мусульманином, буддистом и т.д. могут быть или стать представители любой национальности и это их духовный выбор.

Рассматривая конфессию как категориальный маркер Чуждости, мы тем не менее, постараемся применить основные признаки, выделенные нами ранее для идентификации «Чужого», в случае конфессиональных различий. Начиная со средних веков, когда религиозный мир стал более или менее конфессионально зонирован, различные культуры были связаны с определенными конфессиями. Ряд конфессий до сих пор имеет в названии этнические характеристики. Например, иудаизм (иудеи, евреи имеет во многих европейских языках (английский, французский, немецкий, испанский и т.д.) общий корень *ju(d)*). То же можно сказать и об индуизме, англиканстве. В названиях почти половины автокефальных православных церквей обозначена их национальная принадлежность (русская православная церковь, греческая православная церковь, сербская православная церковь, румынская православная церковь, болгарская православная церковь, польская православная церковь). До сих пор мы можем по формальным признакам и исторической традиции обозначить разные страны и соответственно нации и этносы как представителей той или иной конфессии. В Европе поляки, французы, испанцы, португальцы, итальянцы, чехи, ирландцы – это католические культуры. Англичане, финны, норвежцы, немцы, шведы – принадлежат к различным протестантским деноминациям. На Востоке арабы – мусульмане, монголы – буддисты и т.д. Однако антропологические данные каждого конкретного человека, выраженные в его разрезе глаз и цвете кожи, которые могут броситься в глаза и позволить делать предположения о его этнической принадлежности, в настоящий момент не являются гарантом его исторической конфессиональной принадлежности.

Язык является важнейшим конфессиональным маркером. Любая конфессия имеет свой собственный язык для обозначения сакрального ландшафта. Многие религии до сих пор используют устаревшие языковые формы для богослужений (православие, католицизм). Непонимание богослужебного языка еще в средние века отделяло посвященный и просвещенный клир от непосвященных мирян, обозначая их как Чужих для сферы сакрального. Однако это предмет отдельного исследования. Если говорить о внешнем виде то, в отличие от таких признаков как цвет и разрез глаз, овал лица, форма носа, рост и цвет кожи, *волосы*, а точнее прическа, могут служить маркерами для определения конфессиональной принадлежности. Чаще всего это относится к священнослужителям, но в некоторых ситуациях это характерно и для мирян.

В большинстве религий волосы обладают сакральным смыслом. В иудаизме и православии волосы и борода являются обязательными для священнослужителей. «Не стригите краев волос головы вашей и не порти края бороды твоей» (Лев. XIX, 27). Для старообрядцев возможность попасть в царство небесное была связана с бородой не только для священнослужителей, но и для мирян. Борода отличала истинно верующего старообрядца от представителей чужих конфессий. Бороду носили некоторые римские папы (Александр VII, Климент XI и др.) [12] Рядовые католические священнослужители носили тонзуры. До 16 века у православных священнослужители тоже носили выбритое гуменцо на голове. Правоверного иудея от представителей других конфессий и от несоблюдающих иудаизм евреев отличают пейсы. Йеменские евреи так и называют пейсы – *симанам*, «признаки» [6]. Носят нестриженные волосы на голове и бороду – сикхи. Буддийское монашество наоборот, брило голову в знак своей чистоты перед богом.

Для женщин ислама, христианства, иудаизма наоборот волосы считались греховной частью облика, поэтому их надо было скрывать. Чтобы обозначить свою конфессиональную принадлежность к православию, женщины, придя в храм, покрывают волосы косынками. Замужние женщины-хасидки бреют головы и носят парики. Католические и православные монашенки носят специальные головные уборы, полностью скрывающие волосы – апостольник (православие), покров или покрывало: вейл, вимпл, барбетт, филлет

(католицизм). Таким образом, мы видим, что волосы как маркер непосредственно связаны с тем или иным религиозным течением.

В большинстве религиозных систем, имеющих историческое прошлое, важным конфессиональным маркером являлась *вестиментарная* культура. Она проявлялась как в среде священнослужителей, так и у мирян. Так, воцерковленные православные женщины не придут в храм на богослужение в брюках. А в греческом монастыре Метеоры всем туристам женского пола раздают юбки, без которых тебя туда просто не пустят. Ритуальная одежда имеет свои характеристики в большинстве конфессий и свою терминологию. Казалось бы, современные глобализационные тенденции должны были бы нивелировать, конфессионально ориентированную одежду для мирян и оставить ее только для священнослужителей. Однако этого не произошло. Мы можем, например, до сих пор безошибочно узнать хасида в Нью-Йорке по его шляпе, и черном костюме.

Еще большим, практически мирового уровня, «брендом» стала женская мусульманская халяльная одежда. Даже в советское время в Дагестане и в Чечне головной платок – косынка – был обязателен для всех мусульманок. Другое дело, что наиболее светски ориентированные дамы носили его как повязку-ободок на голове, но тем не менее маркер был обязателен по крайней мере для ношения на традиционно мусульманской территории СССР. И если в первой половине XX в. женская образованная элита ряда азиатских стран (Иран, Афганистан) предпочитала европейскую одежду, то в современном мире ношение женской халяльной одежды является своеобразной манифестацией мусульманской ориентации. Причем это характерно как для мусульманских культур, так и для европейских.

В каждой религиозной системе есть и свои *алиментарные* маркеры, которые распространяются не только на конфессиональную элиту, но и на мирян. Совместные трапезы, то, что в христианстве «условно принято называть агапами, засвидетельствовано этнографией для всех народов, прошедших известную стадию развития» [8, с. 54]. Совместное вкушение пищи, сопровождающееся размышлениями, разговорами о совместном сакральном или проведением определенных ритуалов, маркирует участников трапезы как «Своих» и отделяет от всех «Чужих». В акте еды важен не только процесс совместного разделения пищи, но и совместного невкушения определенных ее элементов. Причем маркерами становятся не столько только то, что разрешено, сколько то, что запрещено.

Причем именно эти маркеры в современном обществе становятся наиболее узнаваемыми. Процессы глобализации вынесли их за пределы территорий, издавна определяемых как относящиеся к данной религии. На улицах многих европейских и российских городов вы можете встретить магазины с вывеской «Халяльные продукты». Халяль (арабский термин) – разрешенные шариатом действия, связанные с принятием пищи, ношением одежды и т.д. Халяльные продукты исключают, прежде всего, свинину, мясо мертвых животных, убитых не по ритуальным правилам, кровь. На прилавках магазинов в тех регионах, где много мусульман, как, например, в Астрахани, всегда есть халяльные мясные продукты.

Еще более строгими запретами отличается кашрут. Кошерная еда – еда отвечающая требованиям кашрута – еврейских законов об употреблении пищи. Требования к кашруту еще более жестки чем к халяльным продуктам. Некошерной (трефной) считается мясо непарнокопытных и нежвачных животных, а так же совместное употребление мясных и молочных продуктов. Кошерная еда готовится в присутствии специальных священнослужителей с использованием соответствующих ритуалов. Кошерная еда давно популярна на Западе не только в среде верующих. Кошерную еду мы можем заказать в самолете на любом международном рейсе.

Надо упомянуть, что кошер и халяль выходят за рамки чисто алиментарной культуры и распространяются как вестиментарную культуру, так и на элементы поведения. Не менее важной системой алиментарной культуры является прасад – совместная трапеза и одновременно ритуал кормления Бога у индуистов [13, с. 13]. В прасад система запретов еще более ужесточена. Это запрет на любую мясную пищу.

Ситуация с алиментарными конфессиональными маркерами в современной культуре несколько усложняется. Все перечисленные нами системы-халяль, кашрут и прасад считаются в настоящий момент наиболее гарантировано экологически чистыми продуктами. Поэтому употреблять их в пищу становится модным. Однако у кашрута и халяля есть и экологические противники. Кошерная и халяльная процедура забоя скота считается многими защитниками животных негуманной. Нидерланды в 2011 г. пытались, правда неудачно, провести закон о ее запрете. А Польша в 2012 вернулась к такому запрету. Но это скорее нравственные, нежели религиозные установки. Однако у кашрута есть и конфессиональные противники. Вокруг повышенного интереса к кошерной продукции появляется масса публикаций в интернете на сайтах и блогах носящих явно анти иудейский характер, где православным верующим предлагается бойкотировать товары, обозначенные знаком кошера. Таким образом еда их маркера Чужого при определенных условиях превращается в маркер Врага.

Список литературы

1. Бетильмерзаева М. М. Значение ислама в формировании целостного мышления этноса // Известия Чеченского государственного педагогического института. 2013. № 1 (7). С. 90–93.
2. Григоренко А. Ю. «Свой - чужой» в истории религии // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2012. № 146. С. 41–47.
3. Конфликт между ламами в Калмыкии. Электронные данные. Режим доступа: <http://kalmyki.ru/content/view/224/59/>, свободный. Загл. с экрана. Яз. рус.
4. Кургузов В. Л. Свое – чужое – наше как алгоритм развития культуры // Культура и цивилизация. 2011. № 1. С. 109–122.
5. Прилуцкий А. М. Образ «чужого» как предмет мифологической семиотизации // Вестник русской христианской гуманитарной академии. 2015. Т. 16, вып. 1. С. 67–73.

6. Рав Реувен Пятигорский. Евреи и Тора. Электронные данные. Режим доступа: http://toldot.ru/tora/articles/articles_10799.html, свободный. Загл. с экрана. Яз. рус.
7. Романова А. П. Якушников С. Н. Хлыщева Е. В. Топчиев М. С. Чужой и культурная безопасность. М.: РОССПЭН, 2013.
8. Фрейденберг О. М. Поэтика сюжета и жанра. М., 1997.
9. Церемпилов Н. В. «Чужие» ламы. Российская политика в отношении заграничного буддийского духовенства в XVIII – начале XX веков // Вестник СПбГУ. Сер. 13. 2010. Вып. 4. С. 9–18.
10. Шевченко О. М. Религия и ксенофобия: конфессиональные маркеры в конструировании «фобии чужого» // Гуманитарные и социальные науки. 2011. № 1. С. 51–58.
11. Шмонин Д. В. Введение в философию контрреформации: иезуиты и вторая схоластика // Verbum. СПб.: 1999. Вып. 1. Франсиско Суарес и европейская культура 17–18 веков. С. 58–79.
12. Шуляк С. О Бородах: в 2 ч. Электронные данные. Режим доступа: <http://www.hram-troicy.prihod.ru/articles/view/id/1161727>, свободный. Загл. с экрана. Яз. рус. (Дата обращения 04.04.2013).
13. The life of Hinduism. Berkly: University of Carolina Press., 2006. P. 13.

References

1. Betil'merzaeva M. M. Znachenie islama v formirovanii celostnogo myshlenija jetnosa. *Izvestija Chechenskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo instituta*, 2013, no. 1 (7), pp. 90–93.
2. Grigorenko A. Ju. “Svoj – chuzhoj” v istorii religii. *Izvestija Rossijskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. A. I. Gercena*, 2012, no. 146, pp. 41–47.
3. *Konflikt mezhdru lamami v Kalmykii*. Available at: <http://kalmyki.ru/content/view/224/59/>
4. Kurguzov V. L. Svoe – chuzhoe – nashe kak algoritm razvitija kul'tury. *Kul'tura i civilizacija*, 2011, no. 1, pp. 109–122.
5. Priluckij A. M. Obraz “chuzhogo” kak predmet mifologicheskoi semiotizacii. *Vestnik russkoj hristianskoj gumanitarnoj akademii*, 2015, vol. 16, no. 1, pp. 67–73.
6. Rav Reuven Pjatigorskij. *Evrei i Tora*. Available at: http://toldot.ru/tora/articles/articles_10799.html
7. Romanova A. P. Jakushnikov S. N. Hlyshheva E. V. Topchiev M. S. *Chuzhoj i kul'turnaja bezopasnost'*. Moscow, ROSSPEN Publ., 2013.
8. Frejdenberg O. M. *Pojetika sjuzheta i zhanra*. Moscow, 1997.
9. Cerempilov N. V. “Chuzhie” lamy. Rossijskaja politika v otnoshenii zagranichnogo buddijskogo duhovenstva v 18 nachale 20 vekov. *Vestnik SPbGU. Series 13*, 2010, vol. 4, pp. 9–18.
10. Shevchenko O. M. Religija i ksenofobija: konfessional'nye markery v konstruirovanii “fobii chuzhogo”. *Gumanitarnye i social'nye nauki*, 2011, no. 1, pp. 51–58.
11. Shmonin D. V. Vvedenie v filosofiju kontrreformacii: iezuity i vtoraja sholastika. *Verbum*. St. Petersburg, 1999, Vol. 1. Fransisko Suares i evropejskaja kul'tura 17–18 vekov, pp. 58–79.
12. Shuljak S. O *Borodah*: in 2 vol. Available at: <http://www.hram-troicy.prihod.ru/articles/view/id/1161727> (Accessed 04.04.2013).
13. *The life of Hinduism*. Berkly, University of Carolina Press Publ., 2006, p. 13.

КУЛЬТУРНЫЙ ИМИДЖ АСТРАХАНСКОГО РЕГИОНА В ВОСПРИЯТИИ МЕСТНОГО НАСЕЛЕНИЯ

Миронова Юлия Германовна, кандидат социологических наук, доцент, Астраханский государственный университет, Российская Федерация, 414056, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а, E-mail: lysjakova@mail.ru

Щербакова Лилия Валерьевна, кандидат культурологии, доцент, Астраханский государственный технический университет, Российская Федерация, 414056, г. Астрахань, ул. Татищева, 16, E-mail: lscherbakof@yandex.ru

В статье анализируются факторы формирующие имидж региона, проанализированы условия, необходимые для укрепления его позитивной составляющей. Культурный имидж региона это сложившийся с одной стороны и сконструированный с другой образ региона, созданный на совокупности устойчивых объективных и субъективных, эмоциональных и рациональных суждений, убеждений и стереотипов по поводу социокультурных особенностей территории. Имидж региона закрепляется в массовом и индивидуальном сознании, проявляется в отношении к нему, оказывает влияние на миграционное поведение жителей как внутри региона, так и за его пределами. Имидж региона, является системным и многоаспектным показателем, который сложно поддается качественной и количественной оценке. Интерес к вопросам формирования имиджа городов и регионов согласовывается с необходимостью развития информационного, экономического, социального и культурного потенциала каждой территории. В статье последовательно рассматриваются основные факторы формирования имиджа региона, механизм и принципы его конструирования. Представлены результаты конкретного социологического исследования, направленного на выявление основных культурных элементов имиджа Астраханского региона и отношение к ним местного населения. В ходе исследования были выявлены основные культурные символы и бренд региона, отношение населения к объектам материального и нематериального культурного наследия, выделены недостатки и преимущества, влияющие на имидж Астраханской области, выявлены возрастные зависимости в социокультурном поведении населения. Авторы приходят к выводу, что положительный имидж региона выступает в качестве важного