

релігійного простору церков здатні забезпечити стали присутність курсів духовно-морального спрямування, а зокрема «Основ християнської етики» у сучасному вітчизняному освітньому просторі.

ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА

1. Закон України «Про повну загальну середню освіту». Дата звернення: 01 листопада 2021 р. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/463-20#Text>

2. Концепція Нової української школи. Дата звернення: 30 жовтня 2021 р. <https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/nova-ukrainska-shkola-compressed.pdf>

3. Меморандум «Про співпрацю Міністерства освіти і науки України, Державного комітету України у справах релігій та Всеукраїнської ради Церков і релігійних організацій» (18 квітня 2000 р.). Дата звернення: 01 листопада 2021 р. <https://vrciro.org.ua/ua/statements/memorandum-pro-spivpracyu-mon-derzhkomreligiy-ta-vrciro>

4. Методичні рекомендації щодо викладання предметів духовно-морального спрямування у закладах освіти області (1 вересня 2021 р.). Дата звернення: 01 листопада 2021 р. <https://www.ipro.if.ua/predmety/vrobota/media/files/>

5. Угода про співпрацю між Міністерством освіти і науки України та Всеукраїнською Радою Церков і релігійних організацій (м. Київ, 21 серпня 2021 р.). Дата звернення: 30 жовтня 2021 р. http://news.ugcc.ua/articles/ugoda_pro_sp%D1%96vpratsyu_m%D1%96zh_m%D1%96n%D1%96sterstvom_osv%D1%96ti_%D1%96_nauki_ukraini_ta_vseukrainskoy_u_radoyu_tserkov_%D1%96_rel%D1%96g%D1%96ynih_organ%D1%96zats%D1%96y_94174.html.

УДК 687.016:7.046.3

*Роман Сітарчук,
Аліна Аленіна
(м. Полтава)*

ВПЛИВ РЕЛІГІЙНОЇ СИМВОЛІКИ НА СУЧАСНУ МОДУ

У статті автори аналізують впливи сакральних релігійних систем на тенденції сучасної моди. Розкриваються особливості знаково-символічного ряду в християнстві, ісламі, буддизмі та окремих національних релігіях. Автори відстежують зв'язок між окремими конструктами сучасної моди і релігійним символічним навантаженням, яке їм відповідає. На основі аналізу праць дослідників у роботі визначаються еволюційні тенденції у системі зв'язків релігійної символіки і моди.

Ключові слова: *знакова система, масова культура, масова свідомість, мистецтво, мода, національні релігії, релігія, релігійні традиції, релігійна свідомість, релігійна семантика, сакралізація, світові релігії, семіотика культур, символ, художні стилі.*

Символи в житті суспільства завжди відігравали вагомую роль, супроводжуючи й побут, і важливі події в житті людей. Символізація є основою писемності, мистецтва й супроводжує духовне життя людства. Сьогодні відбувається радикальна переоцінка системи цінностей, яка викликає перелом у розумінні змісту й сенсу символіки суспільства. У сучасному світі старі символи втрачають своє значення, а частина з них переосмислюється заново. Це відбувається у всіх сферах суспільного життя. Символи можуть бути образними (картинкою або музичним образом — мелодією), а можуть бути й самі — словами, які пов'язані в кожному історичному епоху з певним набором інших образів і понять.

Ці якості символів використовували в першу чергу для комунікації. Сьогодні, наприклад, винайшли «туристичну футболку», на яку нанесли символи, що дозволяють спілкуватися з людьми на відпочинку, навіть не знаючи мови країни. Символи за рахунок своєї багатозначності використовувались і для прихованої передачі тих чи інших повідомлень.

Ця тенденція сприяє процесам глобалізації, які відбуваються в даний час, процесам активного взаємообміну ціннісними, мистецькими, світоглядними установками між суспільствами різних культур. При цьому елементи втрачають свій автентичний сенс. Так, зокрема, відбувається з релігійною символікою, яка переосмислюється навіть у власному культурному просторі. Виходячи з цього, цікавим видається аналіз впливу релігії на сучасну моду, що і зумовлює актуальність нашої статті. Метою дослідження є розкриття впливу сакральних символічних систем на моду сучасного суспільства.

Інтерес до явища масової культури виник серед філософів і вчених досить давно. Саме тому дослідження масової культури знайшли своє відображення в багатьох роботах як вітчизняних, так і зарубіжних авторів. Тема моди, як частини масової культури, також має багато прихильників серед дослідників всього світу. Однак, варто зазначити, що явище трансформації релігійної символіки в моді досі не вивчається систематично. На даний момент, це питання знайшло своє відображення в порівняно невеликій кількості робіт.

Поява терміну «масова культура» вперше відзначено в США в 1939 р. Але в загальноприйнятому культурологічному сенсі його вперше використав Макс Хоркхаймер у своїй роботі «Мистецтво і масова культура» в 1941 р. [7]. Явище масової культури як культури «масового суспільства» знайшло своє відображення в роботах Ф. Ніцше [21], М. Вебера [18], З. Фрейда [7], К. Юнга [27], Т. Фромма, Дж. Бентама, Ф. Ливиса [7], Р. Вільямса, Р. Хоггарта [18]. Ці автори розглядали масову культуру як особливий тип культури, який замінив (або замінить) традиційні форми народної культури. У працях цих філософів та вчених «масова культура» трактується як граничне вираження духовної несвободи, соціальний механізм відчуження і пригнічення особистості людини. Особливу увагу потрібно приділити іспанському мислителю Х. Ортега-і-Гассету, який у роботі «Дегуманізація суспільства» виклав одну з найбільш критичних і радикальних концепцій по відношенню до масової культури. Ідеї Х. Ортеги-і-Гассета співзвучні ідеям К. Мангейма, Х. Арндт [7].

Важливою віхою в дослідженні масової культури стали роботи представників Франкфуртської філософської школи М. Хоркхаймера, Т. Адорно, В. Беньяміна, Р. Маркузе. У трактуванні Т. Модлески, Н. Ван Зунена, Д. Ж. Дайера масова культура використовує образ жінки, експлуатує його для досягнення комерційного успіху своїх продуктів. Таким чином, теорія фемінізму також дає негативну характеристику масової культури. У питанні виникнення явища масової культури філософи і вчені не мають спільної думки. Американський соціолог Д. Уайт, наприклад, вважає першими проявами масової культури бої римських гладіаторів. А згідно теорії А. Адорно прототипом масової культури слід вважати модель культури виникла в Англії XVII-XVIII століть. Розгляд соціальних функцій масової культури надано в роботах А. Флієр [7].

Дослідження моди як частини масової культури досліджувались у роботах таких зарубіжних вчених і філософів, як Р. Арнольд, Р. Барт, П. Бергер,

П. Бурдьє, В. Бренникмейер, Т. Лукман, Ж. Бодріяр, Ф. Бродель, Т. Веблен, Е. Віолле-де-Люк, Ф. Девіс, А. Гофман, Ш. Зелінг, Р. Зиммель [18].

Роботи таких авторів, як Дж. Блумер, М. Мід, Дж. Морено, Ч. Морріс, Д. Норт, Дж. Рівний, Н. Смелзер, Р. Теджфелл, Р. Тард розкривали процес інституалізації моди в сучасній культурі [18].

Дослідження релігійної символіки проводили такі вчені як Р. Генон у роботах «Символи священної науки» і «Символіка хреста», Ю. Камберфорд, Р. Каведиш, Л. Мак-Грегор, У. Еко, Ф. Гудман [18]. Серед російськомовних авторів, які присвятили свої роботи дослідженню масової культури, моди та релігійної символіки можна назвати М. Лотмана [19], Е. Смольського, Т. Фетісову, В. Руднева, В. Шестакова, Р. Маркову, К. Теплиць, Е. Шагинську.

Особливе значення для аналізу використання символів в моді відіграють дослідження П. Сорокіна, В. Бехтерева, А. Лосєва, К. Свасьяна, Е. Зазикіної Р. Гриненко, Е. Елбакян, С. Медведко, В. Монастирського, Р. Куц [18].

Явище масової культури виникло в середині ХХ ст. Передумовами виникнення масової культури можна вважати такі історичні процеси, як демократизація культури, її індустріалізація, яка створила масове виробництво й відповідно масове споживання, урбанізація як процес зосередження населення й процесів економічного зростання в містах та масовізація як процес активного включення мас у життєдіяльність суспільства.

Сучасна масова культура має можливість тиражування не тільки в матеріальних, а й духовних цінностях, і тому активно оперує міфологічними сюжетами й персонажами для підтримання інтересу сучасної людини до своїх продуктів. Як елемент масової культури сучасного комунікативного простору, мода має здатність оперувати масовою свідомістю, підпорядковувати собі прагнення й думки особистості. Мода, незважаючи на її поверхневу мінливість, має ряд стійких особливостей: вона є невід'ємною частиною постіндустріального споживчого суспільства, важливою частиною сучасної культури, засобом невербальної комунікації, ретрансляції внутрішньої індивідуальності особистості. Взаємодія моди й релігії в сучасному комунікативному суспільстві впливає на політику релігійних

деномінацій у світі, на процес виникнення нових релігійних течій і мотивацію конверсії в різні релігійні традиції.

Використання в моді релігійної символіки дозволяє реалізувати комунікативну інтенцію. У традиційному суспільстві такі символи чітко виражають самоідентифікацію людини, її приналежність до релігійної традиції. Але інформація, яку отримує сучасна людина про ціннісні традиційні символи інших культур, часто є фальсифікованою, неповною, а її сприйняття поверхневим для суб'єкта масової культури. Саме тому, використовуючи письмові знаки, елементи одягу та прикрас, релігійну символіку інших культур для репрезентації себе в суспільстві, суб'єкт автоматично трансформує їх автентичне значення, перетворюючи в елементи стилю, символіку масової культури, не тільки десакралізуючи її для себе, а й передаючи таку викривлену інтерпретацію далі в суспільство.

Мода як інструмент масового впливу сприяє процесам десакралізації релігійних символів у масовій свідомості суб'єктів сучасної культури. У сучасному комунікативному просторі зразок поведінки й зовнішнього вигляду створюється віртуально, як образ [22].

Моделі в журналах і телерекламі подаються не просто як річ певного розміру, кольору, фактури, а як бажаний образ соціального статусу, міжособистісних відносин. Така ситуація створює проблему «моди на релігію», коли мотивацією конверсії в релігійну традицію стають не внутрішні, духовні чинники, а данина соціокультурним тенденціям. Таким чином, у сучасному комунікативному просторі, де активно відбуваються процеси інкультурації, але спостерігається відсутність діалогу між джерелом інформації та її приймачем існує проблема десакралізації, змістовної трансформації релігійної символіки у зв'язку з її активним використанням в індустрії моди та краси. Наслідками таких процесів є широкий набір прикладів поверхневої релігійності, конверсії в релігійну деномінацію в данину моді, знецінення й змішування сакральних знаків різних традицій у сучасному суспільстві [20, с. 67–69].

Релігійну моду можна охарактеризувати, виходячи з таких позицій. По-перше, елементи релігійних шат, атрибути релігій активно впливають на сучасну індустрію моди, переходячи з подіуму в повсякденний побут, набуваючи модного значення. Дуже часто релігія опиняється в центрі соціальних подій (воєнні конфлікти на релігійному підґрунті, екстремізм) на загальносвітовому рівні.

При цьому мода, будучи відображенням життя суспільства, реагує своєрідним чином – найвідоміші кутюр'є подіуму високої моди пропонують «релігійний стиль», який передбачає носіння одягу вільного крою, який приховує контури тіл і покриває голову. Інший варіант запозичення передбачає безпосередньо на одязі зображати релігійні мотиви. Так, елементи сучасного костюму, пов'язані з біблійними сюжетами, – горельєфне зображення розп'ятого Христа (О. Мак-Квін, 1996 р.), ангелів, Діви Марії, лику Христа, Марії Магдалини, апостолів на блузках (2005 р. Дольче і Габбана) [24, с. 110].

Історія моди знала безліч прикладів культурних запозичень з релігійної іконографії або просто з гардероба служителів культу. Католики тут, зрозуміло, у перших рядах. За прикладами далеко ходити не треба. Перший: улюблені чорні сукні й білі комірці з монастирського дитинства головною модерністки ХХ ст. Коко Шанель. Другий: надзвичайний *rose shocking*, сюрреалістки і скандалістки від моди Ельзи Скъяпареллі. Це не що інше, як колір мантий католицьких патріархів, урочисті зборища яких вона спостерігала з вікон своєї квартири навпроти собору Святого Петра. Схожість із шатами францисканських монахів вгадувалося і в роботах Крістобаля Баленсіаги [13, с. 121–122].

Постмодерністські 1980-ті дозволили дизайнерам звертатися з релігійною символікою за просто – гігантські хрести, прикрашені різнокольоровими каменями та стразами, стали улюбленим модним аксесуаром, а знаменита обкладинка американського *Vogue* 1988 р., на якій кутюрний топ Крістіана Лакруа з вишитим на всі груди хрестом був надітий з випраними джинсами *Guess*, узагалі відкрила нову еру у відносинах високого й низького, сакрального

й побутового. І те, що це була перша обкладинка Анни Вінтур в якості головного редактора американського *Vogue* лише чіткіше окреслила всі ці віхи.

Звичайно, 1990-ті з їх розкутістю могли дозволити Жан-Полю Готьє вишивати осінений німбом лик Христа на поясах-триптихах у зимовій колекції *Haute Couture* 1997, а Олександрю Мак-Квіну в тому ж році – помістити фрагменти ренесансного розп'яття на складного крою жакет, перетворюючи церковну живопис XV ст. в хитромудрий принт. Ну і звичайно, Джанні Версаче вніс свій вагомий внесок в освоєння католицької символіки та перенесення її на подіуми й у реальне життя [9, с. 70–71].

Наприкінці XX ст., це все ще були дуже близькі до оригіналу зображення, і лише цинічне XXI ст. остаточно й безповоротно змішало всі карти. Так, Доменіко Дольче і Стефано Габбана присвячують всю осінньо-зимову колекцію 2013 р. золотим мозаїкам одного з головних сицилійських соборів. Лики святих, розпластані на сукнях, золоті туніки, нагадують середньовічні костюми, золоті вінки й корони немов німби навколо голів моделей. Крістофер Кейн в 2017-м відтворив на сукнях полароїд з розписами шотландського храму Святої Терези. Зображення ці він немов розірвав навпіл, як це частенько відбувається зі старими полароїдами, і ці розриви пройшли буквально по образах святих. Колекцію Кейн показував у галереї Tate, і це надавало всьому, що відбувалося, додаткової глибини. Сучасний одяг, таким чином, набував музейного сенсу, а сакральні розписи – побутового звучання [6, с. 21].

Зображень, пов'язаних з іншими релігіями, менше (зображення Будди на костюмі Д. Армани, 2005 р.). А. Затулий вважає, що «постмодерністське мистецтво костюму ґрунтується на відмові від символів віри, котрі піддаються сумніву, іронії, кпинам. Ця колекція одягу – специфічна симуляція спілкування з віруючими, розіграш комунікції» [12, с. 144].

Багато з атрибутики католицизму (хрестики, медальйони, розарії) проникло в сучасну моду, утворився готичний стиль, який особливо зацікавив молодіжну субкультуру. Готика виникла в середині XIII ст. зі змішання романського стилю з мистецтвом Візантії та арабських країн, що з'явився після

хрестових походів. Сучасне відродження готики почалося з екранізації роману «Собор Паризької Богоматері», фільмів жахів, популяризації музики в стилі панк і готичного року, блек-металу. Музиканти використовували традиційну середньовічну музику, зокрема григоріанські псалми, у сучасній обробці. Готичний антураж цікавить модельєрів, які використовують елементи готики у своїх колекціях, – чорні плащі-балахони з обов'язковими капюшонами, облягаючі довгі або короткі сукні, вузькі брюки, корсажі зі шнурівкою, коміри-стійки з обробкою з рюшів або складками біля горловини [22, с. 76–78].

Прагнення сучасних мусульманок дотримуватися вимог ісламської традиції і при цьому вести активний спосіб життя привело до створення «єврохіджаба». Під цим поняттям мається на увазі мусульманський одяг, у якому можуть поєднуватися віяння моди й норми шаріату. Зовнішня атрибутика може поєднуватися, а останнім часом багато в чому співвідноситься з тенденціями в сучасному світському середовищі. Безумовно, релігійні вимоги й установки не дозволяють вийти далеко за межі дозволеного, однак певні варіації в бік моди можна побачити. Так, у мусульманському релігійному одязі, яке є досить суворим і, здавалося б, не може надихати модельєрів на цікаві рішення, використовуються модні матеріали, кольори, принти і т.д. Палантин як незамінний аксесуар у гардеробі сучасної мусульманки універсальний і схильний до впливу моди. Тому як краці палантини виробляються в Індії, Пакистані та Латинській Америці, і кожна з них залишає на тканині частину своєї культури, і це відбивається, перш за все, на екзотичному малюнку [22, с. 78–80].

Перш за все, необхідно уточнити, що хіджаб в ісламській традиції застосовується як до одягу (зовнішній хіджаб), так і до способу життя мусульманок (внутрішній хіджаб). Жінки, які жили за часів Пророка, виходячи з дому, звичайно надягали джілбаба (плащ, верхній одяг) і хімару (головну накидку). Згодом у різних частинах мусульманського світу виникли й поширилися різні види верхнього жіночого одягу, такі як абайя в арабських країнах, чадор в Ірані, бурка в Пакистані та ін. [30]

У сучасному світі виникло нове поняття «єврохіджаб», яке включено в життя активних жінок-мусульманок на Заході і в Європі, які дотримуються норми шаріату. В Америці, Норвегії, Голландії художники, дизайнери розробляють єврохіджаб, який повинен бути красивим і максимально відповідати нормам шаріату. Є всі підстави говорити про популяризацію мусульманської моди й мусульманського модного одягу. З кожним роком на вулицях Парижа, Лондона і Нью-Йорка все частіше можна побачити добре одягнених мусульманок, які не тільки чудово «вписуються» в євро-американський пейзаж, але й стають новими законодавицями моди. Єврохіджаб отримав розвиток у молодіжному середовищі, тому як саме студенти американського університету дизайну розробили лінію молодіжного одягу на основі абайї – крислатої сукні, яку носять мусульманки, намагаючись адаптувати традиційний наряд до повсякденного життя мешканок Заходу.

Виникнення поняття «мусульманська мода» пов'язано з регулярним проведенням конкурсів, тижнів моди. При створенні мусульманського одягу дизайнери використовують і традиційні для регіону матеріали (тканина з пальмових волокон), і незвичайні для арабських країн матеріали, такі як хутро, джинсова тканина і т.п. Показова для інших культур позиція молодого покоління ісламського світу, у якій воно прагне поєднувати традиції, основи релігії і рух часу, прогрес, моду, що важливо в процесі глобалізації світу. Відзначимо ще одну цікаву тенденцію – використання народних мотивів із мусульманських країн Саудівської Аравії, Пакистану, Лівану і Туреччини, прикрас й уборів старовини в дизайні одягу [30].

За трансформаціями хіджабу стоїть набагато більше, ніж просто зміни в одязі, це зміна світогляду жінок мусульманського світу, їх прагнення до емансипації. Дизайнерами розроблена лінія спортивного хіджабу, яка запущена в масове виробництво й продається в різних країнах світу, і купальний костюм для мусульманок – буркіні, у якому можна з'являтися на громадських пляжах, плавати й навіть займатися серфінгом. Ще одна сторона інтеграції мусульманського одягу – це її віртуалізація: показ мод на інтернет-порталі

Islam Online під назвою «Мусульманська осінь», у якому представлений одяг не тільки для мусульманок, але й для всіх, хто цікавиться скромною й красивою одягом. Багатогранно представлена інформація на таких сервісах, як Facebook і YouTube, що пропонують сотні нових варіантів хіджабу, багато з яких потім з'являються на обкладинках модних журналів. В ісламському світі з'явилися гаджети з підвищеною функціональністю, розраховані на мусульманського споживача. Кожен пристрій у своїй пам'яті має деякий набір ісламських священних текстів, причому не тільки в текстовому форматі, а й у вигляді аудіофайлів. Крім цього, включений широкий набір опцій, що дозволяють дізнатися знаходження мечеті в будь-якій точці світу, а в деяких гаджетів є ще й компас, щоб точно знати, де знаходиться Мекка, у якому напрямку молитися. Ця техніка поєднує в собі моду на стильні та статусні предмети користування й моду на релігійні атрибути [30].

Таким чином проходять покази ісламської моди, створюються сайти в Інтернеті про іслам, відкриваються бутики з великим вибором мусульманського одягу, що свідчить про високий ступінь активності представників іслама. Можливо, інтерес європейської моди до максимально закритого й зручного одягу, яким є хіджаб, є наслідком циклічності моди. У різні періоди в європейському одязі зміщувалися акценти, відкривалося декольте, при цьому плаття було пишним і довгим, або змінювалася довжина спідниці. Модний одяг з 60-х рр. ХХ ст. оголювала жінку, і в цілому ця тенденція стала звичною. Відчуваючи перенасичення відкритістю одягу й образу жінки, хіджаб виявився актуальним, будучи одягом красивим, екологічним і, головне, таким, що надає загадковості жінці.

Отже, у сучасному світі простежується взаємопроникнення релігії й моди, що призводить до функціонування поняття «релігійна мода». В Європі ускладнилася релігійна карта, причому таким чином, що постала проблема співіснування різних релігійно-культурних спільнот у рамках одного суспільства, за традицією званого «світським». Уже давно хіджаб з елемента одягу перетворився на своєрідний символ, що викликає вкрай суперечливі

ставлення та стає причиною досить гострих суспільно-політичних колізій. Так, наприклад, проблема заборони на носіння хіджабу актуалізувалася і в ряді європейських держав, де існують великі мусульманські громади.

Зокрема, у Франції: Париж ухвалив відповідний закон, і багато експертів схильні вважати, що це зіграло чималу роль у провокуванні заворушень в мусульманських кварталах. Аналогічна заборона на носіння хіджабу була введена в деяких землях Німеччини, а також деяких країнах Європи. Заборона на носіння релігійного одягу, символів, головного убору в громадських установах викликала обурення релігійних громад, які посилаються на порушення прав людини. Представники релігійної свідомості не завжди можуть погодитися з висуненням в якості універсальних ряду світських принципів, які відстоює Рада Європи та інші міжнародні організації. Міжнародна Гельсінська Федерація з прав людини переконана, що така заборона призведе (зокрема, Францію) до протиріч з міжнародними стандартами прав людини на свободу совісті, оскільки носіння релігійного одягу може бути одним із проявів сповідання релігії. Держава не може оголосити будь-які прояви незаконними, якщо вони не порушують основні права інших людей або не ставлять під загрозу громадську безпеку, здоров'я або мораль, як визначено міжнародним правом.

«Для будь-якої держави інокультурні інтервенції імпортичних форм релігійності як форм політичного впливу інших держав на релігійний ландшафт даної держави являють собою фактор радикалізації та політизації релігії», – зазначає А. Журавський. Культурологічний підхід виявляє релігійне в його пов'язаності з етнокультурним, дозволяє побачити складну взаємозалежність різних факторів: релігійного, етнічного, культурного. У рамках цього підходу держава враховує складну ієрархію ідентичностей людської особистості. При такому підході стає зрозумілим феномен культурної причетності релігії. З іншого боку, культурологічний підхід не тільки виявляє складні соціокультурні взаємозв'язку культури й релігії, але й дозволяє державі й суспільству сприймати релігію як явище культури.

Мода – сфера художньої діяльності людей – знаходить вихід у дифузії європейського та мусульманського одягу як засобу деполітизації хіджабу. Суперечливість і гострота питання про носіння хіджабу в європейських країнах заслуговує на окрему увагу.

В останні десятиліття «мода на релігію» виникає, коли вибір людиною конфесії не завжди зумовлений культурними традиціями його предків, його етносу. Нові релігійні рухи будуються за принципом комерційної корпорації, але як тільки релігія перетворюється на бренд, вона стає частиною моди. Поряд з традиційними релігіями активно зріс інтерес молоді до езотеричних знань. Нові релігійні рухи з підтекстом таємничості, інтриги нерідко передбачають і відповідні магичні обряди й ритуали, які вражають молодих людей і притягують в ці спільноти. Засоби масової інформації, доступна література, велика кількість цілителів та екстрасенсів привертають увагу молоді до окультизму та езотерики. Сьогодні знаменитості диктують не тільки моду на зовнішній вигляд (зачіску, одяг, макіяж), а й на релігію.

Багато відомих людей активно позиціонують свою приналежність до релігійних рухів змістом зовнішнього вигляду, текстів пісень, інтерв'ю, способом життя і т. д. Наприклад, Мадонна, послідовниця каббали, часто фотографується в майці з написом «Учасник Культу», Річард Гір заснував «Фонд Гіра», який збирає гроші для Далай Лами. Таким чином, у дослідному полі актуальним залишається вивчення різних аспектів моди, у тому числі і її розгляд в якості індикатора змін етнічних і релігійних цінностей. У поліетнічному регіоні на сприйняття моди впливають як світові модні тенденції (наприклад, модні тенденції в одязі, пропоновані відомими модельєрами), так і цінності і норми етнічних культур і релігій. Чим сильніший вплив традиційної культури і релігійних цінностей, тим нижчий рівень сприйняття сучасних вимог моди. За відсутності стійких етнорелігійних традицій рівень сприйняття моди значно зростає [16, с. 18–21].

Варто зазначити, що будь-який символ і знак у релігії має свій зміст, і кожному з нас він бачиться по-різному, у цьому й полягає суть самого

символу. Використання в моді релігійної символіки дозволяє реалізувати комунікативну інтенцію. У традиційному суспільстві такі символи чітко виражають самоідентифікацію людини, її приналежність до релігійної традиції, але інформація, яку отримує сучасна людина про ціннісні традиційні символи інших культур часто є фальсифікованою, неповною, а її сприйняття поверхневим для суб'єкта масової культури.

Мода як інструмент масового впливу сприяє процесам десакралізації релігійних символів у масовій свідомості суб'єктів сучасної культури. У сучасному комунікативному просторі зразок поведінки й зовнішнього вигляду створюється віртуально, як образ. Така ситуація створює проблему «моди на релігію», коли мотивацією конверсії в релігійну традицію стають не внутрішні, духовні чинники, а данина соціокультурним тенденціям.

Елементи релігійних шат, атрибути релігій активно вливаються в сучасну індустрію моди, переходячи з подіуму в повсякденний побут, набуваючи модного значення. У сучасному світі простежується взаємопроникнення релігії й моди, що призводить до функціонування поняття «релігійна мода».

В останні десятиліття «мода на релігію» виникає, коли вибір людиною конфесії не завжди зумовлений культурними традиціями його предків, його етносу. Нові релігійні рухи будуються за принципом комерційної корпорації, але як тільки релігія перетворюється на бренд, вона стає частиною моди.

ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА

1. Аберкромбі, Н. Соціологічний словник. Н. Аберкромбі, Б. Тернер, С. Хілл, 2000. с. 286..
2. Авдєєв, В.І. Енциклопедичний словник з культурології. Авдєєв В.І., Арапов А.В., Виставкін А.В. та ін.; Під заг. ред. А.А. Радугіна. М.: Центр, 1997. с. 346.
3. Бергер П., Лукман Т. Соціальне конструювання реальності. Трактат з соціології знання. М.: «Медіум». 1995.
4. Берснєв П.В. Роль символу в релігійному житті. Серія "Symposium", Конференція «Шлях Сходу», Шлях Сходу: Проблема методів., Випуск 10. Матеріали IV Молодіжної наукової конференції з проблем філософії, релігії, культури Сходу. Санкт-Петербург: Санкт-Петербурзька філософська громада.
5. Бир Роберт Енциклопедія тибетських символів і орнаментів. О, 2011.
6. Бялик Н. «Люкс це те, що залишається, коли мода минає». М-Колекція. International Fashion Magazine. Російське видання. 2004. №2. С. 20-22.

7. Гофман А.Б. Мода і люди, або нова теорія моди й модної поведінки. М.: Агентство «Видавничий сервіс», 2000.
 8. Григор'єва І. В. Естетичні проблеми моди. Автореферат. М., 1989.
 9. Гузявичуте Р. А. Циклічність моди ХХ в. Н Мода й промислове моделювання одягу: Тезиси допов. на наук. конференції 16-18 січня 1979. М., 1979. С. 67-72.
 10. Голубцов О.П. З історії зображень хреста. СПб., 1917.
 11. Гордиенко О. М. Енциклопедія символів. М.: ЕКСМО, 2007.
 12. Дюркгейм Е. Метод соціології. Київ; Харків, 1899.
 13. Затулій А.І. Релігійні мотиви в колекціях сучасних модельєрів. Релігієзнавство. 2006. № 4. С. 119-125.
 14. Зиммель Г. Мода . Г.Зиммель. Вибране. Т.2. Споглядання життя. М.: Юрист, 1996. С.266-291.
 15. Зомбарт В. Народне господарство і мода. СПб, 1904.
 16. Іванов Д.В. Феномен споживання: критичний підхід. Соціологія споживання. СПб: Соціологічна громада М.Ковалевського, 2001. С. 10-24.
 17. Килошенко М.І. Психологія моди: Навчальний посібник. СПГУТД. СПб., 2000.
 18. Куц Г. М. Феномен моди: онтологічний статус і філософсько-антропологічні засади. Автореф. дис. канд. філософ. наук: 09.00.04. Харк. нац. ун-т ім. В.Н.Каразіна. Х., 2003. 16 с.
 19. Лотман Ю.М. Людина. текст семіосфера історія. М.: Языки русской культуры, 1996.
 20. Любимова Т.Е. Мода і цінність. Мода: за і проти. Під ред. Толстих В.І. М., 1973. С. 67-77.
 21. Ніцше Ф. Так говорив Заратустра. Твори у 2 т. під ред. К.А.Свасьяна, М., 1990.
 22. Петров Л.В. Мода як суспільне явище. Л, 1974.
 23. Рошаль, В.М. Енциклопедія символів / В.М. Рошаль. М.: АСТ; СПб.: Сова, 2008. с. 94
 24. Уваров О.С. Християнська символіка. СПб: Алетейя, 2001.
 25. «Цікава газета. Магія і містика" № 24. 2010.
 26. Шейкін, А.Г. Символ. Культурологія. ХХ ст.. Словник. А.Г. Шейкін. СПб.: Університетська книга, 1997. с. 404.
 27. Юнг К. Г. Проблеми душі нашого часу. Пер. з нім. М.: Прогрес-Універс, 1994. 332 с.
 28. Ясперс К. Сенс і призначення історії. М.: Республіка, 1994. 527 с.
 29. Символи. Режим доступу: <http://sigils.ru/symbols/index.html>
 30. Ісламська релігійна символіка. Режим доступу: http://islamskaya_religioznayz_simvolika.htm
 31. Символи буддизму. Режим доступу: http://valtasar.ru/preligia/simvol_buddizma.php
-