

Новая ведьма XXI в.: от архетипа угрозы к визуально легитимированной духовности

Мирослава В. Кутенко

*Российский государственный гуманитарный университет,
Москва, Россия, kiv-mira@mail.ru*

Аннотация. В статье рассматривается трансформация образа ведьмы в визуальной культуре XXI в. на примере модной индустрии и связанных с ней экранных репрезентаций. В условиях постсекулярного общества образ ведьмы переосмысливается как саморефлективный архетип. Особое внимание уделяется процессу канонизации визуального образа ведьмы на подиуме, в рамках которого устойчивые иконографические элементы – темная цветовая палитра, магические и ритуальные атрибуты в виде шляпы, метлы и котла, телесная откровенность, астрологические и тарологические практики – формируют узнаваемый модный символизм ведьмовства.

Теоретической основой исследования служат концепция оккультиры Кристофера Парtridge, позволяющая рассмотреть образ ведьмы как медиатор между архаическими слоями культуры и социальными и эстетическими запросами современности. Методологически статья опирается на визуально-семиотический анализ подиумных образов и сравнительный анализ коллекций ведущих мировых дизайнеров, а также на анализ экранных репрезентаций ведьмы в кинематографе.

Показано, что мода функционирует как специфический медиум репрезентации оккультных нарративов, а подиум – как пространство современного ритуала, в котором магия трансформируется в язык формы. Образ New Witch в моде XXI в. интерпретируется как универсальный символ перехода, позволяющий переживать духовный опыт вне институциональных рамок религии и фиксирующий сдвиг от «темной женственности» к социально легитимированной духовности.

Ключевые слова: ведьма, магия, визуальная культура, мода, кино, эзотеризм

Для цитирования: Кутенко М.В. Новая ведьма XXI в.: от архетипа угрозы к визуально легитимированной духовности // Studia Religiosa Rossica: научный журнал о религии. 2026. № 2. С. 119–137. DOI: 10.28995/2658-4158-2026-2-119-137

The New Witch of the 21st century: from threat archetype to visually legitimized spirituality

Miroslava V. Kutenko

*Russian State University for the Humanities,
Moscow, Russia, kiv-mira@mail.ru*

Abstract. The article examines the transformation of the witch figure in the visual culture of the 21st century, drawing on examples from the fashion industry and its associated screen representations. Within the context of a post-secular society, the image of the witch is reinterpreted as a self-reflexive archetype grounded in individual spirituality. Particular attention is paid to the process of canonization of the witch's visual image on the runway, in which recurring iconographic elements – such as a dark color palette, magical and ritual attributes (the pointed hat, broom, and cauldron), bodily expressiveness, and references to astrological and tarot practices – form a recognizable fashion symbolism of witchcraft.

The theoretical framework of the study is based on Christopher Partridge's concept of occulture, which allows the witch to be understood as a mediator between archaic layers of culture and the social and aesthetic demands of contemporary society. Methodologically, the article employs visual-semiotic analysis of runway imagery, comparative analysis of collections by leading international fashion designers, and analysis of cinematic representations of the witch.

The study demonstrates that fashion functions as a specific medium for the representation of occultural narratives, while the runway operates as a space of contemporary ritual in which magic is translated into a language of form. The figure of the New Witch in fashion of the 21st century is interpreted as a universal symbol of transition, enabling the experience of spirituality outside institutional religious frameworks and marking a shift from «dark femininity» toward socially legitimized spirituality.

Keywords: witch, magic, visual culture, fashion, cinema, esotericism

For citation: Kutenko, M.V. (2026), "The New Witch of the 21st century: from threat archetype to visually legitimized spirituality", *Studia Religiosa Rossica: Russian Journal of Religion*, no. 2, pp. 119–137, DOI: 10.28995/2658-4158-2026-2-119-137

Введение

В условиях постсекулярной культуры XXI в. наблюдается устойчивый рост интереса к эзотерике в самом широком смысле слова¹ и связанным с ними формам визуальной репрезентации. Магические практики, символика карт Таро, астрология, руны, неошаманизм и неоязыческие мотивы активно циркулируют в медиапространстве, формируя то, что исследователи эзотеризма обозначают понятием «оккультура»². Одним из наиболее узнаваемых и востребованных образов в этом контексте становится фигура ведьмы, переживающая заметный ренессанс в массовой культуре последних десятилетий.

Эстетика witchcore³, популяризированная социальными сетями, свидетельствует о нормализации магии как элемента повседневного культурного опыта. На цифровых площадках, прежде всего в TikTok, стремительно увеличивается количество видеоматериалов.

¹ В рамках настоящей статьи сознательно используется термин «эзотерика», а не термин «эзотеризм» в том или ином его академическом понимании, поскольку для массовой культуры все загадочное, тайное и необъяснимое оказывается объединенным под этим общим обозначением знаний, которые воспринимаются как «не для всех», но при этом широко распространены, о чем свидетельствует устойчивое присутствие соответствующих разделов под аналогичным названием в большинстве книжных магазинов.

² Термин «оккультура» вводит в академический оборот Кристофер Партридж, включая в это понятие целый ряд идей и практик, таких как магию, крайне правую религиозную политику, радикальный экологизм, ангелов и демонов, духовных проводников и каналы сообщения, астральную проекцию, кристаллы, терапию снами, духовность человеческого потенциала, знания древних цивилизаций, астрологию, исцеление, тайны земли, Таро, каббалу, пророчества, легенды о короле Артуре и Святом Граале, друидов, Викку, язычество, хиромантию, шаманизм, культ Богини, духовность Гейи и эко-духовность, альтернативные виды науки, эзотерическое христианство, НЛО, похищение инопланетянами и тому подобное.

³ Термин «witchcore» еще не закреплен как академическая категория, но активно используется в интернет-ресурсах, поэтому будем его использовать как современный термин, пришедший из социальных сетей. От английского core, что означает «ядро», коры или микротренды являются аналогом эстетических субкультур, формируемых в зависимости от всплеска интереса и настроения к конкретному визуальному ряду, элементы или вещи, которые появляются и исчезают с невероятной скоростью. Однако некоторые коры могут закрепляться и оставаться актуальными не один сезон.

териалов, посвященных различным гаданиям, лунным ритуалам и практикам манифестации; под хэштегом #WitchTok собрано 9,6 млн видеороликов⁴. На маркетплейсах и специализированных платформах, например таких как Etsy⁵, пользователи массово обращаются к услугам «онлайн-ведьм», предлагающих магическую помощь за символическую плату – от любовного приворота до снятия порчи или улучшения погоды в день свадьбы.

Такие явления демонстрируют, что магия в цифровой среде функционирует не только как система верований, но и как эстетический, коммуникативный и коммерческий ресурс. В результате духовная экономика трансформируется в глобальную монетизированную экосистему, в рамках которой интуитивный и ритуальный опыт становится частью потребительских практик. Индустрия моды, традиционно чувствительная к культурным и символическим сдвигам, активно включается в этот процесс.

Обращение модных домов к эзотерической символике свидетельствует о стремлении моды выйти за рамки утилитарного производства и апеллировать к духовному опыту аудитории. Подиумные показы в XXI в. все больше превращаются в перформативные высказывания, в которых визуальные образы работают как носители символических и духовных нарративов. В этом пространстве образ ведьмы предстает не как маргинальный или девиантный персонаж, а как культурно легитимированная фигура, ассоциированная с женской субъектностью, телесной автономией, экологической чувствительностью и индивидуальным духовным поиском.

Несмотря на широкое присутствие ведьмовской эстетики в модной индустрии, данный феномен по-прежнему редко рассматривается в религиозноведческой перспективе. Существующие исследования, как правило, фокусируются либо на истории моды, либо на упоминании отдельных дизайнерских примеров, не рассматривая образ ведьмы как устойчивый символический ряд. В данной статье попытаемся показать, каким образом в последние два десятилетия формируется новый канон образа ведьмы на подиуме, какие иконографические элементы (далее – визуальные коды) закрепляются в моде⁶ как устойчивые и почему именно в постсеку-

⁴ *Francombe A.* I know a good Etsy witch: Why Gen Z's turning to witchcraft // *Vogue Business*. 09.12.2025. URL: <https://www.vogue.com/article/i-know-a-good-etsy-witch-why-gen-zs-turning-to-witchcraft> (дата обращения: 02.02.2026).

⁵ Etsy – международный нишевый маркетплейс, специализирующий-ся на продаже товаров ручной работы, винтажа и авторских изделий.

⁶ Под *модой* в настоящей статье будет пониматься специфическая сфера культурного производства и коммуникации, материализующаяся

лярном контексте XXI в. данный образ оказывается особенно востребованным.

Также отметим, что образ ведьмы анализируется преимущественно через призму его внешних визуальных репрезентаций в кинематографе и моде, поскольку именно эти два медиума культуры в современных условиях играют ключевую роль в создании, распространении и популяризации отдельных образов. При этом следует подчеркнуть, что экранные и подиумные интерпретации ведьмы не тождественны образам реальных практиков или людей, идентифицирующих себя как ведьмы в повседневной жизни.

От демонологического архетипа к оккультурному образу

Образ ведьмы обладает высокой степенью архетипической устойчивости, который на протяжении столетий воспроизводится в различных культурных и исторических контекстах, сохраняя при этом свои ключевые семантические функции. Здесь поясним, что мы говорим об архетипе в литературоведческом смысле, поскольку он восходит к древнейшим слоям мифологии и закреплён в устойчивых «первообразах», о которых писал Сергей Аверинцев [Аверинцев 2006, с. 68–71]. В такой архетипической перспективе ведьма соотносится с универсальными структурами мифа по Джозефу Кэмпбеллу, где она может выступать как мудрая помощница героя, хранительница порогов или опасная соблазнительница⁷

Мы видим, как в мифологических и религиозных системах Европы традиционный архетип ведьмы складывается из носительницы тайного знания, посредницы между мирами и угрожающей фигуры общественной стабильности. Ведьма воплощает в себе образ чужого другого, благодаря чему она существует вне нормативного порядка и тем самым устанавливает границы допустимого, сакрального и запретного. Ведьма оказывается связана с «иначе устроенным» знанием: телесным, природным, ритуальным, не санкционированным официальными религиозными институтами. Независимо от конкретной культурной формы она

в создании и демонстрации (прежде всего на подиумах в рамках Недель моды) сезонных коллекций одежды, аксессуаров, обуви, а также сопутствующих элементов образа (макияж и причёска), которые формируют актуальные визуальные тренды и служат источником вдохновения для потребителей и индустрии в целом.

⁷ Кэмпбелл Д. Тысячеликий герой / пер. с англ. О.Ю. Чекчуриной. СПб.: Питер, 2008. 518 с. (Мастера психологии)

часто выполняет посредническую функцию, соединяя человеческое и сверхъестественное, социальное и природное, рациональное и иррациональное.

Важно подчеркнуть, что архетип ведьмы не является статичным, напротив, она маркирует зону перехода, инициации и дальнейших преобразований, что делает ее особенно пластичной и открытой для последующих переосмыслений. Исторические трансформации – от демонологического образа раннего Нового времени до романтических и неоромантических трактовок – не уничтожают сформировавшийся женский архетип, а лишь смещают акценты внутри него. В результате к XX в. ведьма предстает как архетипически подготовленный образ, обладающий высокой визуальной и символической емкостью и легко поддающийся эстетизации в различных медиумах культуры, особенно в кинематографе и моде, которые представляют интерес для нашей статьи.

Более того, в условиях постсекулярного общества архетип ведьмы получает новое прочтение в рамках того, что Кристофер Партридж называет оккультурой. Под оккультурой в данной статье мы будем понимать совокупность идей, образов и практик, циркулирующих за пределами институциональной религии и формирующих альтернативное духовное воображаемое измерение современной культуры. В этом пространстве традиционные религиозные и мифологические символы утрачивают жесткую догматическую привязку и начинают функционировать прежде всего как визуальные ресурсы. В связи с чем образ и фигура ведьмы оказывается одним из наиболее продуктивных персонажей оккультуры, потому что:

во-первых, ведьма воплощает модель индивидуальной духовности, не требующей институционального посредничества и коллективной инициации, важной в таких движениях, как, например, Викка. Благодаря появлению интернета и онлайн-сообществ XXI век способствует стремительному росту самоидентифицированных ведьм;

во-вторых, образ ведьмы изначально не связывался со строгой догматикой представления изображения, что позволяет свободно комбинировать элементы различных традиций – от фольклорных и языческих до эзотерических и поп-культурных;

в-третьих, ведьма обладает высокой визуальной выразительностью: ее закрепившиеся в визуальном искусстве атрибуты, телесные и магические практики (танцы на шабашах, варка зелий вокруг котла, чтение гримуаров, произношение заклинаний и начертание магических символов) легко переводимы в язык образов. В рамках оккультуры происходит переориентация восприятия образа ведьмы с его религиозно-мифологического содержания к эстети-



Рис. 1. Маргарет Хэмилтон и Пэт Уолш
в фильме «Волшебник страны Оз» (1939)

Источник: https://www.imdb.com/title/tt0032138/mediaviewer/rm2131965441/?ref_=ttmi_mi_2

ческому и медийному измерению. Ведьма перестает быть объектом страха и веры, она превращается в визуальный конструкт, пригодный для тиражирования, стилизации и коммерциализации. Этот процесс не отменяет архетипическую основу образа, но существенно изменяет способы его функционирования в массовой культуре.

В XX в., прежде всего благодаря американскому кинематографу, происходит стандартизация внешних признаков ведьмы, формирующая легко воспроизводимый набор визуальных кодов: остроконечная шляпа, черное платье, метла, котел и кот. Одним из ключевых примеров такого канонизирующего эффекта исследователи называют [Owen 2017, pp. 264–267] образ Злой ведьмы Запада из фильма «Волшебник страны Оз» (*The Wizard of Oz*, 1939) студии Metro-Goldwyn-Mayer. Начиная с 1956 г. с помощью ежегодных телевизионных показов данной версии фильма образ ведьмы, летающей на метле в черной шляпе и черном плаще, прочно закрепляется в коллективной культурной памяти (рис. 1).

В 1960-е гг. телевидение предлагает две новые интерпретации образа, так называемые «ведьмы по соседству» [Greene 2021, pp. 188–190]. Первая модель представлена образом Саманты из сериала «Моя жена меня приворожила» (*Bewitched*, 1964–1972), которая скрывает свои способности ради соответствия идеалу пригородной домохозяйки. Феминистская критика позднее усматривала в этом образе ироничный комментарий к положению женщины,

чья сила допускается лишь при условии ее постоянного подавления. Почти одновременно сериал «Семейка Аддамс» (The Addams Family, 1964–1966) предлагает противоположную модель поведения, когда Мортиша Аддамс не маскирует свою природу, а превращает ее в нормативный стандарт собственного мира. Эти два типа: ведьма, подчиненная домашнему укладу, и ведьма, управляющая своим пространством, стали основой многих последующих экранных и модных репрезентаций, от образа «идеальной домохозяйки» до готической вамп-иконы в черном облегающем платье.

В 1970-е гг. образ ведьмы получает новое политическое измерение в контексте феминистского движения, в частности в рамках группы W.I.T.C.H. (Women's International Terrorist Conspiracy from Hell). Несмотря на то что данная организация не оказала прямого влияния на индустрию моды в свое время, ее перформативные акции с костюмированной стилизацией участников, коллективными заклинаниями и использованием образа ведьмы как фигуры протеста, сформировали культурный пласт, к которому впоследствии обращаются дизайнеры, поскольку в этом ключе ведьма начинает функционировать как визуальный манифест.

Параллельно с этим благодаря распространению викканства и неоязыческих движений в поп-культуру активно проникает широкий спектр эзотерических символов: пентаграмма, трилистник, образы триединой Богини и Рогатого Бога, астрологическая и планетарная символика, лунарные и солярные мотивы, знаки стихий, рунические алфавиты, карты Таро, хрустальные шары, зеркала, котелки и метлы, даже фэн-шуй. В рамках концепции оккультуры Партриджа [Partridge 2006, p. 80] этот корпус знаков выходит за пределы религиозной практики и адаптируется цифровыми субкультурами, начиная функционировать в том числе как отдельный эстетический ресурс. Таким образом, оккультура выступает своеобразным мостом между сложившимся традиционным архетипом ведьмы и современными визуальными практиками, подготавливая почву для активного освоения этого образа в моде XXI в.

Ведьма как вызов и готическая угроза

Разворот моды к образу ведьмы в последние десятилетия претерпевает значительную трансформацию, когда из фигуры угрозы и страха ведьма направляется в сторону культурно-легитимированной формы духовности. Одним из ранних примеров прямого обращения к ведьмовской тематике на подиуме считается коллекция бренда Vivienne Westwood Witches Fall 1983, в которой похожие на магические знаки принты были размещены на одежде как



Рис. 2. Образы из осенней коллекции «Ведьмы» Вивьен Вествуд (1983)

Источник: <https://www.roskosh-jewel.ru/upload/medialibrary/0d5/kolleksiya-vedmy.jpg>

вызов нормативным представлениям о женственности через хип-хоп стиль (рис. 2). Ведьма в данном случае выступает не как мифологический или сказочный персонаж, а как знак культурного несоответствия и протестной идентичности.

В 1990-х гг. образ ведьмы эпизодически появляется в моде на фоне сложившегося визуального канона, закрепленного американским кинематографом. Коллекция Martine Sitbon Spring 1993 со знаменитым выходом Кейт Мосс в остроконечной шляпе актуализирует узнаваемый шаблон, но остается скорее исключением, чем частью устойчивого тренда. Несмотря на расцвет готической субкультуры в начале нового тысячелетия, в целом мировая мода избегала прямого обращения к фигуре ведьмы. Даже образ ведьмы Кейт Мосс получился в данном шоу скорее завуалированным – окутанный полупрозрачной органзой и дополненный мундштуком, что дистанцирует его от мрачных демонологических коннотаций (рис. 3). Этот период в моде можно охарактеризовать как этап латентного присутствия архетипа, когда мода еще не выработала язык его концептуальной визуализации.

Параллельно с этим в кинематографе конца 1990 – начала 2000-х гг. происходит важный сдвиг в репрезентации ведьмы, где она становится центральной героиней молодежных телевизионных сериалов. «Ведьмовской конфликт» смещается с внешнего социального давления во внутреннюю сферу самоконтроля и самоопределения. Ключевым становится не сюжет о том, как общество стремится подавить в женщине ведьму, наоборот, теперь ведьма учится



Рис. 3. Кейт Мосс в образе ведьмы, Martine Sitbon SS 1993.

Источник: <https://st.peopletalk.ru/wp-content/uploads/2024/10/c24f5af1c3829864fad632f3b9dcd3fc.jpg>

контролировать свою силу, власть, ярость, травму и сексуальность. Ранее в кинематографе модель поведения ведьмы часто сводилась к необходимости скрывать магические способности ради сохранения социальной и семейной гармонии, чтобы лишний раз мужа не спугнуть, например, в фильме «Колокол, книга, свеча» (Bell Book and Candle, 1958) или в сериале «Моя жена меня приворожила» (Bewitched, 1964–1972).

Начиная с фильма «Колдовство» (The Craft, 1996) о ведьмах старшеклассницах и сериала «Баффи – истребительница вампиров» (Buffy the Vampire Slayer, 1997–2003), магия предстает как все еще угрожающая, но уже более автономная и суверенная сила, требующая этического осмысления. В сериале «Зачарованные» (Charmed, 1998–2006) и вовсе образ городской, молодой, независимой и модной ведьмы окончательно нормализуется. Его создательница Констанс М. Бердж, не обладая специализированными знаниями о ведьмовских практиках [Greene 2021, pp. 188–190], тем не менее выстраивает довольно удачный синкретический образ, объединяющий элементы мифологии, викканских мотивов и исторических представлений о колдовстве с актуальным культурным контекстом. Подобные экранные репрезентации формируют новую модель ведьмовской субъектности, которая в дальнейшем оказывается востребованной в модной индустрии.

В этом контексте на подиуме появляется фигура «женщины-ведьмы» Александра Маккуина – одновременно трагической, соблазнительной и опасной. Обращение дизайнера к теме ведьм в коллекции *In Memory of Elizabeth How, Salem, 1692 (Fall 2007)* демонстрирует сложное соединение исторической и родовой травмы (ведь он возводил свою родословную к Элизабет Хоу как к одной из жертв салемиских процессов), демонологического мифа и визуального ритуала. Модели на его шоу двигались по линиям кроваво-красной пентаграммы, начертанной на черной сцене перед гигантским экраном, который транслировал образы пламени и обнаженных тел. Подиум Маккуина функционирует будто пространство мистерии, где женское тело становится ареной метаморфоз, носителем культурных и коллективных страхов, воплощением угрозы и силы. Несмотря на критику прессы в чрезмерной мрачности⁸, именно эти показы формируют в моде образ «темной женственности» – некую художественную интерпретацию архетипа ведьмы, отражающую притяжение к теневым аспектам женской природы.

Впрочем, обращение к мифологическим и историческим сюжетам не ограничивается исключительно работами Маккуина. Так, Луэлла Бартли в своей коллекции *Luella Fall 2008* вдохновлялась посещением Музея колдовства и магии в деревне Боскасл в Корнуолле (Великобритания), а также культовым фильмом «Плетеный человек» (*The Wicker Man*, 1973), вокруг которого сформировалась устойчивая неоязыческая мифология⁹. Несмотря на то что при создании коллекции дизайнер подчеркивала стремление к «чему-то немного грубому и языческому»¹⁰, визуальный язык ее шоу оказался принципиально иным: мягкие силуэты, крестьянские блузы с пышными рукавами, уютные пальто в елочку, контрастные колготки и причудливые головные уборы предлагают образ почти пасторальной ведьмы, лишенной угрозы и встроенной в повседневный контекст.

⁸ Уилсон Э. Александр Маккуин: Кровь под кожей / пер. с англ. А.В. Кровяковой. М.: Центрполиграф, 2017. 381 с.

⁹ С 2004 г. в местах съемок фильма проводится музыкальный фестиваль «Плетеный человек», завершающийся ритуальным сожжением гигантской фигуры как символической жертвы богам.

¹⁰ *Luella Fall 2008 Ready-to-Wear // Vogue*. URL: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2008-ready-to-wear/luella> (дата обращения: 02.02.2026).

Ведьма как феминистская героиня

Пока подиум колеблется между отголосками сатанинской паники и нормализацией ведьмовской эстетики, в 2010-е гг. общество все глубже погружается в постсекулярную фазу, в рамках которой интерес к эзотерике сопровождается активной циркуляцией оккультных символов в цифровой среде, где магия перестает восприниматься как аномалия и становится способом выражения своей идентичности. Здесь происходит не прямое копирование экранных образов, а идет их переосмысление и пересборка в формате индивидуальной духовности, описываемой формулой *spiritual but not religious*.

Наряду с явлением *witchcore*, упоминаемом выше, появляются другие стилистические формы¹¹, для которых также характерны летучие ткани, наслаивание украшений, оккультные и магические символы, смешение викторианских, викканских, богемных и современных мотивов. Все эти чисто визуальные стили, не привязанные к конкретным субкультурам и не требующие глубокой религиозной вовлеченности, первоначально циркулируют в нишевых брендах и повседневной одежде, а затем постепенно проникают на подиум. Такие проекты, как серия фильмов о Гарри Поттере (2001–2011), «Ведьма из Блэр» (*The Blair Witch*, 1999), «Дневники вампира» (*The Vampire Diaries*, 2009–2017), «Сверхъестественное» (*Supernatural*, 2005–2020), способствовали нормализации образа ведьмы и популяризации колдовства.

В игру с ведьмовской эстетикой включаются даже бренды, в чьем изначальном ДНК отсутствует мистическая линия. Так, коллекция *Saint Laurent Spring 2013* под руководством Эди Слимана была интерпретирована модными критиками как «шабаш ведьм»¹², поскольку визуальное решение показа явно перекликалось с эстетикой третьего сезона «Ковен» сериала «Американская история ужасов» (*American Horror Story*, 2011–2025), где был закреплён новый канон экранного образа ведьмы в широкополой шляпе. Сам сериал стал одним из наиболее показательных примеров постмодернистского переосмысления сверхъестественных сил.

¹¹ См., например, эстетику: *Whimsigothic* // *Aesthetics Wiki*. URL: <https://aesthetics.fandom.com/wiki/Whimsigothic> (дата обращения: 02.02.2026).

¹² *Saint Laurent Spring 2013 Ready-to-Wear* // *Vogue*. URL: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2013-ready-to-wear/saint-laurent> (дата обращения: 02.02.2026).

К началу 2020-х гг. образ ведьмы окончательно выходит за пределы бинарных оппозиций «добра» и «зла», превращаясь в подвижную фигуру, через которую культура обсуждает собственные противоречия. По мнению Хизер Грин, постмодернистская эстетика стремится к поиску ностальгического смысла и нового вдохновения в старых форматах [Greene 2021, p. 215]. В фильмах о ведьмах, таких как *The VVitch: A New-England Folktale* (2015), *Hagazussa* (2017), *Gretel & Hansel* (2020), это проявляется в пересказе традиционных, как исторических, так и вымышленных сюжетов, в том числе с точки зрения ведьмы.

Зрителю больше не предлагают воспринимать ведьму как однозначный моральный ориентир, в постмодернистском дискурсе она может одновременно выступать героиней и антагонисткой, маргинальной фигурой и активисткой, инфлюенсером и иконой моды. В этом контексте формируется образ условной *New Witch* первой половины XXI в. – самостоятельной и рефлексивной женщины, ориентированной на практики самопознания с использованием ритуальных предметов, магических и гадательных инструментов, не закрепляя себя в рамках определенной традиции.

В моде данный сдвиг выражается в множестве авторских интерпретаций, поскольку дизайнеры формируют собственное видение, нередко обращаясь к фэнтезийной образности и гибридным персонажам. Так, в коллекции бренда *Khoki Fall 2023* появляется фигура снежной ведьмы, головной убор которой по форме отсылает к распределяющей шляпе из кинофраншизы «Гарри Поттер»¹³; а в коллекции *Rodarte Fall 2023*, несмотря на заявленное дизайнерами вдохновение феями¹⁴, некоторые визуальные решения оказываются ближе к образу Мортиши Аддамс, тем самым соединяя ведьмовскую эстетику с популярной экранной мифологией.

Стилистика *Dilara Findikoglu* регулярно интерпретируется прессой как оккультно-мистическая: ее ведьмы предстают телесно ориентированными, сексуализированными и подчеркнута провокационными¹⁵. К эзотерическим отсылкам систематически обращается *Wendy Nichol*, соединяющая викторианскую готику

¹³ *Khoki Tokyo Fall 2023* // Vogue. URL: <https://www.vogue.com/fashion-shows/tokyo-fall-2023/khoki> (дата обращения: 02.02.2026).

¹⁴ *Rodarte Fall 2023 Ready-to-Wear* // Vogue. URL: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2023-ready-to-wear/rodarte> (дата обращения: 02.02.2026).

¹⁵ *Dilara Findikoglu Spring 2019: Witchy Show* // Vogue. URL: <https://www.vogue.com/article/dilara-findikoglu-spring-2019> (дата обращения: 02.02.2026).

с эстетикой нью-эйджа и использующая свои показы как «магические послания» политическим адресатам¹⁶.

Примечательно при этом, что и карнавальный образ ведьмы, основанный на классической связке «остроконечная шляпа + метла», продолжает сохраняться на подиуме. Правда, используется преимущественно в ироничном контексте, как легко узнаваемый культурный код в рамках тематических коллекций, например, в показе Moschino Resort 2020, приуроченном к Хэллоуину¹⁷, или в фантазийном шоу Ryan Lo Spring 2019, где метлы и тыквы выступали в роли стилизованных аксессуаров¹⁸.

Женщина + карты Таро = ведьма?

Отдельное место в процессе канонизации образа ведьмы XXI в. на подиуме занимают астрология и карты Таро – практики, которые в современной культуре одновременно работают как инструменты самопознания и как устойчивые визуальные языки. Их привлекательность для модной индустрии обусловлена наличием развитых символических систем, легко переводимых в декоративные формы. В отличие от более «сложных и неудобных» магических практик, астрология и таро допускают эстетизацию без необходимости обращения к ритуальной глубине, что делает их особенно востребованными в условиях постсекулярного культурного ландшафта.

Сегодня карты Таро, пожалуй, обладают одним из наиболее выраженных визуальных потенциалов среди эзотерических практик для моды. Показательным в этом отношении стал медиа-резонанс вокруг расклада Таро, выполненного для дизайнера Джонатана Андерсона, публикация которого набрала более 60 000 отметок «нравится» в социальных сетях и стала предметом активного обсуждения в гляцевых изданиях¹⁹.

¹⁶ Wendy Nichol Spring 2018 Ready-to-Wear // Vogue. URL: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2018-ready-to-wear/wendy-nichol> (дата обращения: 02.02.2026).

¹⁷ Moschino Resort 2020 by Jeremy Skott // Vogue. URL: <https://www.vogue.com/fashion-shows/resort-2020/moschino> (дата обращения: 02.02.2026).

¹⁸ Ryan Lo Spring 2019 Ready-to-Wear // Vogue. URL: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2019-ready-to-wear/ryan-lo> (дата обращения: 02.02.2026).

¹⁹ Sarkar Ishani. Meet Trevor Ballin, tarot reader to stars like Jonathan Anderson and Dan Levy // SCMP. 19.01.2025. URL: <https://www.scmp.com/magazines/style/people/icons-influencers/article/3336993/meet-trevor-ballin-tarot-reader-stars-jonathan-anderson-and-dan-levy> (дата обращения: 02.02.2026).



Рис. 4. Образ № 63
из коллекции Christian Dior Spring
2017, соответствующий старшему
аркану «Дьявол» в колоде Таро
Источник: [https://www.vogue.com/
fashion-shows/spring-2017-ready-
to-wear/christian-dior/slideshow/
collection#63](https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2017-ready-to-wear/christian-dior/slideshow/collection#63)



Рис. 5. Образ № 22
с астрологическими мотивами
из кутюрной коллекции Christian
Dior Couture Spring 2017
Источник: [https://www.vogue.
com/fashion-shows/spring-2017-
couture/christian-dior/slideshow/
collection#22](https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2017-couture/christian-dior/slideshow/collection#22)

Связка «женщина + карты Таро = ведьма» закрепилась в телевизионной культуре, где экранные ведьмы регулярно используют карты как инструмент для предсказаний. Так, в сериале «Зачарованные» одна из трех сестер обращается к колоде Висконти-Сфорца для гадания о судьбе влюбленных перед свадьбой другой сестры; а в фильме «Ведьма любви» (The Love Witch, 2016) колода Райдера-Уэйта-Смита неоднократно появляется в руках главной героини, становясь частью ее образа.

Получается, что визуальный язык Таро, основанный на архетипических образах старших арканов, позволяет выстраивать повествование о пути и трансформации. Возможно, поэтому карты Таро активно используется в подиумных коллекциях как источник символического наполнения и даже сюжетной структуры. Одной из ключевых фигур в систематическом включении тарологической (рис. 4) и астрологической (рис. 5) иконографии в модный

дискурс стала дизайнер Мария Грация Кьюри, которая последовательно развивает мистическую линию для Dior вслед за ее суверенным создателем. В своих коллекциях она обращалась как к историческим колодам, так и к кинематографическим форматам показа²⁰. Фильм Маттео Гарроне «Замок Таро», сопровождавший коллекцию Haute Couture Spring 2021, визуализирует путь героини через старшие арканы как метафору самоопределения.

Ведьма как устойчивый символический ряд

Таким образом, проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что в визуальной культуре XXI в. происходит трансформация образа ведьмы из фигуры маргинальности и социального страха в саморефлективный архетип. Бренды используют ведьмовскую символику как язык для собственных высказываний, закрепляя образ ведьмы в качестве социально легитимированной формы духовности. В постсекулярном контексте современности образ ведьмы будто становится инструментом визуального и символического протеста против рационализированной повседневности, через который поднимаются вопросы личной идентичности и стремления к контролю над хаосом современного мира. Социальные сети, цифровые платформы и мода действуют практически синхронистически, создавая образ New Witch как гибкий культурный конструкт, ориентированный на автономию и позволяющий эстетически переживать духовный опыт вне институциональных рамок религии.

При этом анализ подиумных образов показывает, что несмотря на внешнюю вариативность, New Witch сохраняет глубинную структуру. Данный образ формируется на пересечении нескольких устойчивых пластов:

- архетипических представлений мифологи, когда ведьмой считается женщина, владеющая определенными редкими знаниями и представляющая собой угрозу;
- классической иконографии, сложившейся в изобразительном искусстве и коллективном воображении эпохи «охоты на ведьм» (сексуализированный образ колдуньи, взаимодействие с потусторонними силами, мотивы преследования ведьм, участие в шабашах при полной луне);

²⁰ Madsen Ch. 5 things to know about Christian Dior's mystical SS21 Haute Couture Show] // Vogue. 25.01.2021 URL: <https://www.vogue.co.uk/fashion/gallery/dior-couture-spring-summer-2021> (дата обращения: 02.02.2026).

- карнавальной традиции в рамках празднования Хэллоуина, когда сочетание остроконечной шляпы и метлы впоследствии экспортировалось в американскую и глобальную массовую культуру.

В совокупности эти пласты были перенесены в кинематограф, моду и цифровую среду через рассмотренные нами выше устойчивые визуальные коды: шляпу, темную цветовую гамму, метлу, котел, тыкву, викканские знаки и лунную символику. В современном контексте данные элементы переосмысляются и вписываются в актуальные культурные повестки, среди которых особое значение приобретают феминистская проблематика, подчеркивающая независимость, силу и телесную субъектность женщины; экологическое мышление, акцентирующее внимание на более бережном отношении к природе; а также интерес к альтернативным формам духовности (астрология, карты, руны и другие практики). Повторяемость данных решений в коллекциях различных дизайнеров позволяет говорить о процессе канонизации образа ведьмы в рамках модного дискурса.

При этом внезапная, на первый взгляд, вездесущность «экономики ведьмовства»²¹ оказывается результатом длительного культурного накопления. Одновременно рост интереса к духовности выявляет внутренние противоречия, связанные с ее коммерциализацией. Превращение эзотерических практик в элемент «быстрой духовной моды» несет риск утраты смысловой глубины и этической ответственности. Для модных брендов это создает амбивалентную ситуацию: с одной стороны, востребованность данных нарративов открывает новые возможности коммуникации с аудиторией, с другой – все это требует более ответственного обращения с символическим капиталом эзотерики.

Показательным в этом контексте является высказывание писательницы, исследовательницы ведовства и современной ведьмы Пэм Гроссман, которая отмечает, что для некоторых людей магия больше связана с модой или каким-то другим аспектом культуры колдовства²². Вместе с тем, по ее наблюдению, популяризация нередко приводит и к реальным практикам, поскольку социальные

²¹ *Francombe A.* I know a good Etsy witch: Why Gen Z's turning to witchcraft // *Vogue Business*. 09.12.2025. URL: <https://www.vogue.com/article/i-know-a-good-etsy-witch-why-gen-zs-turning-to-witchcraft> (дата обращения: 02.02.2026).

²² *Peg A.* Witches are having a moment. It isn't the first time // *Bustle*. 17.07.2019. URL: <https://www.bustle.com/p/waking-the-witch-author-pam-grossman-on-why-witches-are-having-such-a-huge-cultural-moment-18204873> (дата обращения: 02.02.2026).

сети способствуют быстрому распространению знаний и формированию сообществ, снижая порог входа в альтернативные духовные практики. Именно поэтому экранные образы ведьм, созданные в периоды всплесков популярности эзотерики, вновь и вновь возвращаются в кино и сериалы.

Потребность аудитории в осмысленности, уверенности и ритуалах возросла настолько, что разные эзотеричные практики перестают быть каким-то нелепым курьезом, они превращаются в значимую часть потребительского и культурного опыта. Однако для того, чтобы работать с таким духовным опытом, брендам недостаточно поверхностной эстетизации вроде рассыпанных кристаллов на витрине или разового гадания на Таро в социальных сетях. Образ New Witch в моде XXI в. фиксирует не простой эстетический тренд, а более глубокий культурный сдвиг, связанный с поиском иных форм осмысленности жизни в постсекулярном мире. Когда мода выступает не только как индустрия потребления, а как пространство современного ритуала, где духовный опыт превращается в визуально переживаемое действие, только тогда ведьма становится способом мыслить через одежду и тело, возвращая в моду то, что Ролан Барт называл «жизнью мифа» [Барт 1989], – состоянием, в котором знак перестает быть украшением и вновь становится действием.

Литература

- Аверинцев 2006 – *Аверинцев С.С.* София-Логос. Словарь. Киев: Дух і Літера, 2006. 912 с.
- Барт 1989 – *Барт Р.* Избранные работы: Семиотика. Поэтика. М.: Прогресс, 1989. 616 с.
- Greene 2021 – *Greene H.* Lights, camera, witchcraft: A critical history of witches in American film and television. Woodbury, MN: Llewellyn Publications, 2021. 418 p.
- Owen 2017 – The Oxford illustrated history of witchcraft and magic / ed. by O. Davies. Oxford: Oxford University Press, 2017. 328 p.
- Partridge 2006 – *Partridge C.* The re-enchantment of the West. 2 vols. Vol. 2: Alternative spiritualities, sacralization, popular culture, and occulture. L.: T&T Clark, 2006. 482 p.

References

- Averintsev, S.S. (2006), *Sofiya-Logos. Slovar'* [Sophia-Logos. Dictionary], Dukh i Litera, Kyiv, Ukraine.

- Barthes, R. (1989), *Izbrannyye raboty: Semiotika. Poetika* [Selected works: Semiotics. Poetics], Progress, Moscow, USSR.
- Greene, H. (2021), *Lights, camera, witchcraft: A critical history of witches in American film and television*, Llewellyn Publications, Woodbury, MN, USA.
- Owen, D., ed., (2017), *The Oxford illustrated history of witchcraft and magic*, Oxford University Press, Oxford, UK.
- Partridge, C. (2006), *The re-enchantment of the West. 2 vols, vol. 2: Alternative spiritualities, sacralization, popular culture, and occulture*, T&T Clark, London, UK.

Информация об авторе

Мирослава В. Кутенко, Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия; 125047, Россия, Москва, Миусская пл., д. 6, стр. 6; kiv-mira@mail.ru

Information about the author

Miroslava V. Kutenko, Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia; 6-6, Miusskaya Sq., Moscow, Russia, 125047; kiv-mira@mail.ru