



УДК 159.9.072.43

doi: 10.21702/rpj.2016.3.15

ОСОБЕННОСТИ РЕЛИГИОЗНОЙ КАТЕГОРИЗАЦИИ ЖЕНЩИН В ХИДЖАБЕ И БЕЗ НЕГО

Дарья Викторовна Погонцева

кандидат психологических наук, доцент

Южный федеральный университет

г. Ростов-на-Дону, Россия

E-mail: dpogontseva@gmail.com

Галина Сократовна Кожухарь

кандидат психологических наук, доцент

Московский государственный психолого-педагогический университет

г. Москва, Россия

E-mail: gsk04@mail.ru

Исследование выполнено при финансовой поддержке ЮФУ: грант «Угрозы национальной безопасности в условиях геополитической конкуренции и модели агрессивного и враждебного поведения молодежи» тема № 213.01–07–2014/15ПЧВГ (проектная часть внутреннего гранта ЮФУ)

Статья посвящена проблеме роли внешнего облика в религиозной категоризации Другого (идентификации Другого как представителя определенной конфессии). В работе приводится обзор отечественных и зарубежных источников, посвященных данной проблеме, результаты проведенного авторами исследования. Исследуется роль внешнего облика в процессе категоризации Другого в целом, а кроме того – взаимоотношение с представителями различных конфессий. Приводятся результаты собственного исследования, в котором приняли участие девушки (100 человек в возрасте от 18 до 25 лет), проживающие в Южном федеральном округе.

Методы исследования включали ряд авторских опросников, в которых респондентам предлагалось оценить свое отношение к представителям различных религиозных конфессий (модифицированный опросник В. А. Лабунской, А. А. Бзезян «Методика диагностики позитивности–негативности отношения к этническим группам»), отношение к девушкам в хиджабах (традиционный платок в исламе, которым женщины закрывают голову и шею) и без хиджаба, а также категоризировать представленных девушек в соответствии с их религиозными убеждениями (опросник «Диагностика отношения к Другому в зависимости от оформления внешнего облика»). Применялись



непараметрические математические процедуры для осуществления сравнительного анализа. Выполненное исследование подтверждает, что внешний облик и его оформление (наличие/отсутствие хиджаба) является одним из пусковых механизмов религиозной категоризации Другого и влияет на формирование отношения к нему (дружелюбного или враждебного). Также делается вывод о необходимости более глубоко изучения данного вопроса в связи с миграционными процессами в России и Европе.

Ключевые слова: *внешний облик, отношение, категоризация, конфессия, молодежь, ислам, христианство, враждебность, хиджаб, отношение к Другому.*

Для цитирования: Погонцева Д. В., Кожухарь Г. С. Особенности религиозной категоризации женщин в хиджабе и без него // Российский психологический журнал. – 2016. – Т. 13. – № 3. – С. 265–276.

FEATURES OF RELIGIOUS CATEGORIZATION OF WOMEN WITH AND WITHOUT A HIJAB

Dar'ia Viktorovna Pogontseva

Candidate of Psychology, Associate Professor
Southern Federal University
Rostov-on-Don, Russia
E-mail: dpogontseva@gmail.com

Galina Sokratovna Kozhukhar'

Candidate of Psychology, Associate Professor
Moscow State University of Psychology and Education
Moscow, Russia
E-mail: gsk04@mail.ru

Acknowledgments

The study was supported by Southern Federal University grant no. 213.01-07-2014/15 "Threats to national security in the context of geopolitical competition and models of aggressive and hostile behavior of young people"

The paper examines the role of external appearance in the religious categorization of Another (identification of Another as a representative of a certain confession). The paper provides an overview of domestic and foreign literature on this issue, as well as the results of the carried out study. The authors examine the role of external appearance in the process of categorization of Another in whole, as well as relationships



with representatives of various different confessions. The study involved girls at the age from 18 to 25 living in the Southern Federal District.

Research methods included a number of authors' questionnaires, when respondents had to evaluate their relation to representatives of various religious confessions (a modified "Technique for diagnostics of positivity–negativity of relation to ethnic groups" by V. A. Labunskaja, A. A. Bzejian), as well as their relation to girls with hijabs (a traditional veil in Islam, which usually covers the head and neck) and without hijab, and also categorize the girls according to their religious beliefs ("Diagnostics of a relations to Another depending on the external appearance" questionnaire). To carry out the comparative analysis the authors used non-parametric mathematical procedures. The present study confirmed that external appearance (presence/absence of a hijab) is a starting mechanism of religious categorization of Another and influences the formation of relation to him/her (friendly or hostile). Taking into account migration processes in Russia and Europe, further study of the issue is still required.

Keywords: external appearance, attitude, categorization, confession, youth, Islam, Christianity, hostility, hijab, relation to Another.

For citation: Pogontseva D. V., Kozhukhar' G. S. Features of Religious Categorization of Women with and without a Hijab. *Russian Psychological Journal*, 2016, V. 13, no. 3, pp. 265–276.

Введение

Актуальность данной темы можно увидеть на примере современной религиозной ситуации в мире. Разрастающийся феномен миграции по всему миру, противостояние ислама другим религиозным конфессиям приводят к многочисленным конфликтам как в России, так и во всем мире. В русском фольклоре есть поговорка «встречают по одежке», однако процессы глобализации во многом стерли различия в одежде. На фоне взаимоотношения с представителями ислама на первое место выходит категоризация других, в том числе как представителей той или иной конфессии. Как отмечают В. А. Лабунская и А. А. Бзежан, в межэтническом общении формируется определенный вид взаимоотношений – особого рода социально-психологическая связь человека с «иным-другим-чужим», сопряженная с «appearance»-стереотипами, в основе которых лежит классификация людей в соответствии с антропологическими или этнокультурными типами внешнего облика [4, 5, 7], а также его оформления. Е. В. Белугина рассматривает внешний облик как культурно-исторический феномен [1]. В оформлении внешнего облика женщины одним из таких элементов является хиджаб.

Рассматривая наполнение категории «хиджаб», О. В. Тарасенко [13] подчеркивает, что чаще под хиджабом понимается исключительно головной платок



женщины, однако данное понятие шире и включает «внешний хиджаб» (одежда, закрывающая все тело, кроме лица и кистей рук) и «внутренний хиджаб» (жизненная позиция, поведение). Внутренний хиджаб, как отмечает автор, – это «жизненная позиция Хайя – скромность, стеснительность, застенчивость». Однако в рамках нашей работы под хиджабом мы будем понимать только внешний хиджаб, который также называют «второй кожей» [15, 17, 18, 21].

Религиозная категоризация, а также исследования, посвященные взаимосвязи внешнего облика с религиозным аспектом, упоминаются лишь вскользь. В то же время, Ростовская область находится в непосредственной близости с традиционно исламскими республиками: Чеченской Республикой, республикой Дагестан, Северной Осетией, Адыгеей, Ингушетией. Представители этих республик часто приезжают в Ростовскую область учиться, работать и жить. Важно отметить, что серьезных конфликтов в Ростовской области за последнее время было немного, большая часть конфликтов известна благодаря СМИ: начиная с терактов в Москве, Ставропольском крае, различных регионах Северного Кавказа и заканчивая конфликтом с Исламским государством и терактами во Франции (в частности, в редакции газеты «Шарли Эбдо» (Charlie Hebdo)), террористическим актом в Бельгии, а также конфликтами с представителями ислама в Германии. Актуальность проблемы восприятия отношения к женщине в хиджабе на Юге России стала расти после конфликта в Ставрополье в 2012–2013 гг., когда девочки из мусульманских семей начали посещать школу в платке, чем вызвали недовольство православного населения.

R. Eid, H. El-Gohary подчеркивают, что религиозность является одним из самых важных культурных сил, которые влияют на поведение [16]. О. В. Сучкова, анализируя ряд работ, отмечает, что и христианство, и ислам имеют одни общие корни – иудаизм, а некоторые идеи буддизма гармонируют с идеями христианства и ислама [12]. Однако в наших предыдущих исследованиях [9, 10, 11, 17] были получены данные, которые указывают, что в представлениях современной молодежи каждая религиозная конфессия несет определенную оценку, а соответственно, представители той или иной конфессии оцениваются либо «дружелюбно» и «с уважением», либо «враждебно». Рассматривая проблемы формирования образа Врага, В. А. Лабунская подчеркивает, что внешний облик входит в перечень культурных ценностей и порождает в мире визуальных технологий новые явления [6]. Также В. А. Лабунская отмечает, что образ Врага включает в себя совокупность социально-психологических отношений, которые отражают отношение к врагу. Таким образом, враждебное отношение к представителю какой-либо группы (в том числе и религиозной) будет формировать образ данного представителя.

Другой важный аспект, который мы рассматриваем – это хиджаб, являющийся частью одежды. Cl. Coughlin [14], рассматривая особенности



формирования самооценки и представления о теле через одежду, отмечает, что эти параметры тесно взаимосвязаны; автор также подчеркивает важность использования оценки внешнего облика (в первую очередь одежды) для категоризации других людей. В своем исследовании С. Unkelbach, J. P. Forgas, T. F. Denson [20] изучали роль исламского тюрбана (мужской головной убор) и хиджаба на решение «стрелять на поражение» в компьютерной игре. Ими было выявлено, что наличие на персонаже игры тюрбана уменьшает время реакции и увеличивает количество решений «стрелять на поражение». Авторы также отмечают, что тюрбан и хиджаб являются стереотипными образами терроризма, и таким образом человек категоризируется как опасный/угрожающий. В своих работах А. А. Бзезян рассматривает проблему отношения к представителям «кавказского внешнего облика» и принятия дискриминационного отношения к ним [2, 3], однако автор не затрагивает аспект религии и этнической одежды или других аспектов оформления внешнего облика.

Цель и гипотеза исследования

Исходя из этого, нами была поставлена цель: изучить особенности религиозной категоризации и отношения (дружелюбного/враждебного) к женщинам в связи с оформлением их внешнего облика (наличием/отсутствием хиджаба). Гипотеза исследования: хиджаб может являться одним из пусковых механизмов религиозной категоризации и влиять на формирование отношения к человеку в соответствии с отношением к представителям той или иной конфессии. Задачи: 1) рассмотреть особенности религиозной категоризации женщин в хиджабе и без него; 2) изучить отношение к девушкам в хиджабе и без него, а также отношение к представителям различных конфессий; 3) установить взаимосвязь между оформлением внешнего облика (наличием/отсутствием хиджаба), религиозной категоризацией и отношением к другому.

Исследовательский дизайн

Для этого нами были подготовлены 2 комплекта фотографий 5-ти девушек: в одном случае это была портретная съемка в анфас с натуральным макияжем и распущенными волосами, второй комплект – те же девушки, но в черном хиджабе (рисунок 1); фотографии демонстрировались вразброс (сначала без хиджаба, потом в хиджабе). Каждую фотографию предлагалось оценить по шкале от дружелюбного до враждебного отношения (при этом «1» – дружелюбное отношение; «5» – «не испытываю никаких чувств»; «9» – враждебное отношение). Данная шкала была предложена В. А. Лабунской и А. А. Бзезян [4] в «Методике диагностики позитивности–негативности отношения к этническим группам». Также мы предлагали выбрать из списка религию, которую,



по мнению респондентов, исповедуют девушки на фотографиях. На следующем этапе мы предложили оценить свое отношение к виртуальному представителю каждой конфессии (от дружелюбного до враждебного по той же шкале, что использовалась для оценки отношения к девушкам на фотографиях). В исследовании в качестве респондентов выступили 100 девушек в возрасте от 18 до 25 лет (средний возраст 23 года), жители г. Ростова-на-Дону.



Рисунок 1. Пример фотографий девушек в хиджабе и без него (фотографии 8, 3, 9, 4)

Результаты и выводы

Для того, чтобы рассмотреть особенности религиозной категоризации, мы предложили респондентам выбрать из списка религию, которую, по их мнению, исповедует девушка на фотографии: христианство, ислам, иудаизм, атеизм, другая (респонденты могли дать свой вариант). Результаты исследования (таблица 1) указывают на то, что девушкам без хиджаба чаще приписывают христианство, девушек, изображенных на фотографиях 6, 7, 8, 10 в хиджабах, описывают как исповедующих ислам, исключением является девушка с фотографии 9. В ходе проведения исследования некоторые респонденты отметили, что она похожа на монахиню, исповедующую католицизм или православие, при заполнении анкеты 77 % респондентов отметили, что она христианка, и только 23 % отметили, что девушка исповедует ислам.

Важно отметить, что девушка, представленная на фотографии 9, отличается от остальных (рисунок 1 – правая пара фотографий) формой лица (более округлая), цветом волос и глаз, и, хотя респондентам были представлены черно-белые фотографии, цвет глаз, бровей и ресниц выглядят значимо светлее, чем у девушек с других фотографий.



Таблица 1.

**Представление о религиозных убеждениях девушек
в хиджабе и без него**

	Христианство	Ислам	Иудаизм	Атеизм
Фотография 1	94	0	1	5
Фотография 2	96	0	0	4
Фотография 3	96	0	0	4
Фотография 4	95	0	0	5
Фотография 5	87	0	0	13
Фотография 6	2	98	0	0
Фотография 7	3	97	0	0
Фотография 8	2	98	0	0
Фотография 9	77	23	0	0
Фотография 10	0	99	0	1

Далее мы проанализировали отношение к девушкам на фотографиях в хиджабе и без него. Интересно отметить, что по средним баллам (M) можно говорить о том, что отношение к девушкам без хиджаба более дружелюбное ($M_{\text{фото1}} = 3,1$; $M_{\text{фото2}} = 2,2$; $M_{\text{фото3}} = 2,3$; $M_{\text{фото4}} = 2,5$; $M_{\text{фото5}} = 3,7$), отношение к девушкам в хиджабе скорее негативное ($M_{\text{фото6}} = 5,8$; $M_{\text{фото7}} = 5,15$; $M_{\text{фото8}} = 5,32$; $M_{\text{фото10}} = 5,8$), кроме портрета представленного на фотографии 9 ($M_{\text{фото9}} = 3,9$), который чаще оценивают более дружелюбно. На этом портрете изображена девушка с типичным славянским внешним обликом (округлое лицо, светлые волосы, большие голубые глаза, улыбка). Также, при заполнении несколько респондентов спросили «почему среди девушек-мусульманок портрет монахини» – таким образом, черный платок на голове ряд респондентов расценили как «не хиджаб» именно благодаря внешнему облику девушки.

Используя Z -критерий Уилкоксона, мы выявили, что существуют значимые различия в оценке отношения к одним и тем же девушкам в хиджабе и без него (таблица 2).

Таблица 2.

Показатели различий по Z -критерию Уилкоксона (Wilcoxon Matched Pairs Test) ($p < 0,05$) отношения к девушкам в хиджабе и без него

Пары фотографий	Z
Фотография 1 & Фотография 6	5,78
Фотография 2 & Фотография 7	4,95
Фотография 3 & Фотография 8	5,07
Фотография 4 & Фотография 9	4,28
Фотография 5 & Фотография 10	4,08



Далее мы использовали Z-критерий Уилкоксона для определения статистически значимых показателей: различия в отношении к женщинам в хиджабе и без него, а также отношения к людям, исповедующим ислам и христианство (таблица 3). Данный вопрос задавался отдельно от опросника с фотографиями.

Таблица 3.

Показатели различий по Z-критерию Уилкоксона (Wilcoxon Matched Pairs Test) ($p < 0,05$) отношения к девушкам в хиджабе и без него, а также отношения к представителям ислама и православия

№ фотографии	Z (ислам)	Z (христианство)
1	3,284996	1,646862
2	2,780446	1,763205
3	4,010780	0,324788
4	4,757777	1,591521
5	4,791489	0,806257
6	0,277737	3,591042
7	1,707836	3,243044
8	0,842951	5,487974
9	2,847187	1,293616
10	1,033217	3,332688

Исходя из анализа полученных данных, мы видим, что отношение к представителям христианства и ислама совпадает с приписыванием религиозных убеждений той или иной девушке. Таким образом, мы можем предположить, что внешний облик и его оформление (наличие/отсутствие хиджаба) является одним из важных факторов, который является пусковым механизмом для религиозной категоризации другого и влияет на формирование отношения к нему (дружелюбного или враждебного). В то же время на религиозную категоризацию может оказывать влияние тип внешнего облика (цвет глаз, волос, кожи и т. д.).

Полученные нами данные, несомненно, важны для Юга России, который представляет собой уникальное культурно-религиозное пространство, где испокон веков соседствовали народы, исповедующие православие, ислам, иудаизм, шаманизм, язычество, католицизм. А современная ситуация с Исламским государством и распространением представителей данной религии в Европе и России указывает, что данную проблему необходимо глубоко и всесторонне изучать и в дальнейшем.



Литература

1. Белугина Е. В. Внешний облик как культурно-исторический феномен // Российский психологический журнал. – 2008. – Т. 5. – № 3. – С. 58–65.
2. Бзезян А. А. Особенности идентификации визуальных репрезентаций внешнего облика с расовой и этнической принадлежностью человека // Мир Кавказа. Антитеррористический фестиваль студенческой, научной и творческой молодежи. В 2-х т. / Под ред. П. Н. Ермакова. – М.: КРЕДО, 2013. – Т. 1. – С. 52–61.
3. Бзезян А. А. Социально-психологические особенности отношения к дискриминации представителей этнических групп с различным типом внешнего облика: дисс. ... канд. психол. наук. – Ростов н/Д, 2015.
4. Бзезян А. А., Лабунская В. А. Методология исследования взаимосвязей отношений, образов, форм обращений в контексте межэтнического общения // От истоков к современности: 130 лет организации психологического общества при Московском университете: сборник материалов юбилейной конференции. В 5-ти т. / Отв. ред. Д. Б. Богоявленская. – М., 2015. – Т. 2. – С. 264–267.
5. Кожухарь Г. С., Вагурин И. В. Межличностная толерантность студентов и их групповые статусы // Вопросы психологии. – 2011. – № 5. – С. 45–53.
6. Лабунская В. А. Образ врага в межличностном общении // Социальная психология и общество. – 2013. – № 3. – С. 52–64.
7. Лабунская В. А., Бзезян А. А. Особенности оценивания различных компонентов этнокультурных типов внешнего облика как проявление дискриминационного отношения // Российский психологический журнал. – 2013. – Т. 10. – № 3. – С. 37–43.
8. Перевозникова Е. В. Психологические особенности самосознания подростков из семей православной и атеистической ориентации: автореф. дисс. ... канд. психол. наук. – М., 2000.
9. Погонцева Д. В. Особенности отношения к девушкам с различным оформлением внешнего облика: роль хиджаба // Психология и психотехника. – 2015. – № 3. – С. 235–244.
10. Погонцева Д. В., Наседкина Ю. В. Влияние религиозных убеждений молодежи на формирование отношения к представителям различных религиозных конфессий // Гуманитарные научные исследования. – 2013. – № 5 (21). – С. 24.
11. Погонцева Д. В., Наседкина Ю. В. Отношение молодежи, исповедующей язычество, к представителям различных религиозных конфессий // Северо-Кавказский психологический вестник. – 2014. – № 12/1. – С. 34–38.
12. Сучкова О. В. Социально-психологические аспекты религиозности молодежи в контексте психологической безопасности: автореф. дисс. ... канд. психол. наук. – СПб., 2009.



13. *Тарасенко О. В.* Хиджаб в исламской религии // Вестник Московского государственного лингвистического университета. – 2010. – № 581. – С. 217–226.
14. *Coughlin C.* Body image, self-esteem, and consumer need for uniqueness as antecedents to self-identification as fashion opinion leader vs. fashion opinion seeker: Thesis, presented in partial fulfillment of the requirements for the degree of master of science in the graduate school of the Ohio State University. – Columbus, 2009.
15. *Dewi D. S., Syairudin B., Nikmah E. N.* Risk Management in New Product Development Process for Fashion Industry: Case Study in Hijab Industry // *Procedia Manufacturing*. – 2015. – V. 4. – pp. 383–391.
16. *Eid R., El-Gohary H.* The role of Islamic religiosity on the relationship between perceived value and tourist satisfaction // *Tourism Management*. – 2015. – V. 46. – pp. 477–488.
17. *Mahmud Y., Swami V.* The influence of the hijab (Islamic head-cover) on perceptions of women's attractiveness and intelligence // *Body Image*. – 2010. – V. 7. – I. 1. – pp. 90–93.
18. *Mirza H. S.* A second skin': Embodied intersectionality, transnationalism and narratives of identity and belonging among Muslim women in Britain // *Women's Studies International Forum*. – 2013. – V. 36. – pp. 5–15.
19. *Pogontseva D.* Attitude towards Islam and women in hijabs in South Russia // *Mediterranean Journal of Social Sciences*. – 2015. – no. 6 S1. – pp. 438–443. doi:10.5901/mjss.2015.v6n6s1p438
20. *Unkelbach C., Forgas J. P., Denson T. F.* The turban effect: The influence of Muslim headgear and induced affect on aggressive responses in the shooter bias paradigm // *Journal of Experimental Social Psychology*. – 2008. – V. 44. – I. 5. – pp. 1409–1413.
21. *Wahab N. A., Hassan L. F. A., Shahid S. A., Maon S. N.* The Relationship between Marketing Mix and Customer Loyalty in Hijab Industry: The Mediating Effect of Customer Satisfaction // *Procedia Economics and Finance*. – 2016. – V. 37. – pp. 366–371.

References

1. Belugina E. V. Vneshnii oblik kak kul'turno-istoricheskii fenomen [External appearance as a cultural and historical phenomenon]. *Rossiiskii psikhologicheskii zhurnal – Russian Psychological Journal*, 2008, V. 5, no. 3, pp. 58–65.
2. Bzejian A. A. *Osobennosti identifikatsii vizual'nykh reprezentatsii vneshnego oblika s rasovoi i etnicheskoi prinadlezhnost'iu cheloveka: Mir Kavkazu* [Features of the identification of visual representations of the external appearance with the person's racial and ethnic belonging: Peace to the Caucasus]. Moscow, KREDO Publ., 2013, V. 1, pp. 52–61.



3. Bzejian A. A. *Sotsial'no-psikhologicheskie osobennosti otnosheniia k diskriminatsii predstavitelei etnicheskikh grupp s razlichnym tipom vneshnego oblika. Diss. kand. psikh. nauk* [Socio-psychological features of relation to discrimination of representatives of ethnic groups with different types of external appearance. Cand. psych. sci. diss.]. Rostov-on-Don, 2015.
4. Bzejian A. A., Labunskaja V. A. *Metodologija issledovaniia vzaimosviazi otnoshenii, obrazov, form obrashchenii v kontekste mezhetnicheskogo obshcheniia* [The methodology of studying the relationships between attitudes, images, forms of address in the context of interethnic communication]. *Ot istokov k sovremennosti: 130 let organizatsii psikhologicheskogo obshchestva pri Moskovskom universitete: sbornik materialov iubileinoi konferentsii* [Proc. the Anniversary Conference "From the origins to the present: 130 years since the foundation of the psychological society at Moscow University]. Moscow, 2015, V. 2, pp. 264–267.
5. Kozhukhar' G. S., Vagurin I. V. *Mezhlichnostnaia tolerantnost' studentov i ikh gruppovye statusy* [Interpersonal tolerance of students and their group statuses]. *Voprosy psikhologii – Approaches to Psychology*, 2011, no. 5, pp. 45–53.
6. Labunskaja V. A. *Obraz vruga v mezlichnostnom obshchenii* [The image of the enemy in interpersonal communication]. *Sotsial'naiia psikhologija i obshchestvo – Social Psychology and Society*, 2013, no. 3, pp. 52–64.
7. Labunskaja V. A., Bzejian A. A. *Osobennosti otsenivaniia razlichnykh komponentov etnokul'turnykh tipov vneshnego oblika kak proiavlennie diskriminatsionnogo otnosheniia* [Features of evaluation of various components of ethnocultural types of appearance as a manifestation of a discriminatory relation]. *Rossiiskii psikhologicheskii zhurnal – Russian Psychological Journal*, 2013, V. 10, no. 3, pp. 37–43.
8. Perevoznikova E. V. *Psikhologicheskie osobennosti samosoznaniia podrostkov iz semei pravoslavnoi i ateisticheskoi orientatsii. Diss. kand. psikh. nauk* [Psychological features of self-consciousness of adolescents in families of Orthodox and atheistic orientation. Cand. psych. sci. diss.]. Moscow, 2000.
9. Pogontseva D. V. *Osobennosti otnosheniia k devushkam s razlichnym oformleniem vneshnego oblika: rol' khidzhaba* [Features of the relation to girls with various external appearance: the role of a hijab]. *Psikhologija i psikhotehnika – Psychology and Psychotechnics*, 2015, no. 3, pp. 235–244.
10. Pogontseva D. V., Nasedkina Iu. V. *Vliianie religioznykh ubezhdenii molodezhi na formirovanie otnosheniia k predstaviteliam razlichnykh religioznykh konfessii* [The influence of religious belief of young people on the formation of relations to representatives of different religious confessions]. *Gumanitarnye nauchnye issledovaniia – Humanitarian Scientific Research*, 2013, no. 5 (21), P. 24.



11. Pogontseva D. V., Nasedkina Iu. V. Otnoshenie molodezhi, ispoveduiushchei iazychestvo, k predstaviteliam razlichnykh religioznykh konfessii [The relation of young people who profess paganism to the representatives of various religious faiths]. *Severo-Kavkazskii psikhologicheskii vestnik – North-Caucasian Psychological Bulletin*, 2014, no. 12/1, pp. 34–38.
12. Suchkova O. V. *Sotsial'no-psikhologicheskie aspekty religioznosti molodezhi v kontekste psikhologicheskoi bezopasnosti. Diss. kand. psikh. nauk* [Socio-psychological aspects of religiousness of young people in the context of psychological safety. Cand. psych. sci. diss.]. St. Petersburg, 2009.
13. Tarasenko O. V. Khidzhab v islamskoi religii [Hijab in Islam]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta – Bulletin of Moscow State Linguistic University*, 2010, no. 581, pp. 217–226.
14. Coughlin Cl. Body image, self-esteem, and consumer need for uniqueness as antecedents to self-identification as fashion opinion leader vs. fashion opinion seeker: Thesis, presented in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Science in the graduate school of the Ohio State University. Columbus, 2009.
15. Dewi D. S., Syaairudin B., Nikmah E. N. Risk Management in New Product Development Process for Fashion Industry: Case Study in Hijab Industry. *Procedia Manufacturing*, 2015, V. 4, pp. 383–391.
16. Eid R., El-Gohary H. The role of Islamic religiosity on the relationship between perceived value and tourist satisfaction. *Tourism Management*, 2015, V. 46, pp. 477–488.
17. Mahmud Y., Swami V. The influence of the hijab (Islamic head-cover) on perceptions of women's attractiveness and intelligence. *Body Image*, 2010, V. 7, I. 1, pp. 90–93.
18. Mirza H. S. A second skin': Embodied intersectionality, transnationalism and narratives of identity and belonging among Muslim women in Britain. *Women's Studies International Forum*, 2013, V. 36, pp. 5–15.
19. Pogontseva D. Attitude towards Islam and women in hijabs in South Russia. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 2015, no. 6 S1, pp. 438–443. doi:10.5901/mjss.2015.v6n6s1p438
20. Unkelbach C., Forgas J. P., Denson T. F. The turban effect: The influence of Muslim headgear and induced affect on aggressive responses in the shooter bias paradigm. *Journal of Experimental Social Psychology*, 2008, V. 44, I. 5, pp. 1409–1413.
21. Wahab N. A., Hassan L. F. A., Shahid S. A., Maon S. N. The Relationship between Marketing Mix and Customer Loyalty in Hijab Industry: The Mediating Effect of Customer Satisfaction. *Procedia Economics and Finance*, 2016, V. 37, pp. 366–371.