

ВИЗУАЛЬНАЯ СЕМИОТИКА РОССИЙСКОЙ МОДЫ В ПРОЦЕССЕ ПОЛИТИЧЕСКИХ ТРАНСФОРМАЦИЙ

Т. Л. Барандова, Е. А. Воронцова

Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики», Санкт-Петербургский филиал

В статье предпринята попытка выявить (определить и описать) изменения символических смыслов/знаков/кодов политических трансформаций в визуальных репрезентациях на материале российских журналов мод за период с 1980 по 2013 годы. На примере анализа 918 изображений из журналов и 135 фото-образов с показов коллекций Mercedes-Benz Fashion Week Russia 2012/2013 исследование проводится в скрининговом дизайне изучения политических процессов с «шагом» в привязке к значимым этапам изменений режима. Авторы приходят к выводу, что через журналы мод, насыщенные визуальными знаками, не просто отражаются общественно-политические процессы, позволяя выявить их коммуникативно-семантические коды, но и происходит опережающая символическая легитимация изменений социального порядка и политического режима, вероятно, инициируемая и/или поддержанная со стороны властных групп.

Ключевые слова: визуальная политология, российский политический режим, репрезентации, мода, гендер.

VISUAL SEMIOTICS OF RUSSIAN FASHION IN THE PROCESS OF POLITICAL TRANSFORMATIONS

Tatiana L. Barandova, Elizaveta A. Vorontsova

National Research University “The Higher School of Economics”
in Saint-Petersburg

In this article authors attempted to discover (identify and describe) changes of the symbolical meanings/marks/codes of political transformations within visual representations on the basis of Russian fashion magazines materials covering period between 1980 and 2013 years. On the example of 918 pictures from magazines and 135 Mercedes-Benz Fashion Week Russia 2012/2013 photos, this research completed in screening design of studying processes of political changes with “steps” connected to significant stages of regime transformations. Authors conclude that through fashion magazines, intensively filled with visual tokens, public political processes are not just reflected which allows to clarify their semantically-communicative codes, rather is ongoing anticipatory legitimization of social order and political regime changes, probably, initiated and/or supported by powered groups.

Keywords: visual political studies, Russian political regime, representations, fashion, gender.

Введение

Постсоветские трансформации привели к изменению содержания социальных коммуникаций и ролей. Эти процессы затронули сферы политического представительства, профессиональной деятельности, социокультурных отношений, символических означающих повседневности. Транслирование изменений накладывает отпечаток и на репрезентации в системе моды [Барт 2003]. Идеологические и эстетические дискурсы редко соприкасаются в отечественной политологии, а визуальная методология и критическая мысль развиты слабо, работ на примере визуального анализа моды мало. В условиях глобализации и доминирования массовой культуры с идеологией гламура [Гандл 2011; Рогинская 2005] политический режим не имеет прямого распорядительного влияния на моду (кроме тоталитарных и/или теократических государств), но влияет на уровень толерантности к разнообразию, плюральности стилей жизни и символического потребления. Через журналы мод, насыщенные визуальными знаками, отражаются и общественно-политические процессы, позволяя выявить их коммуникативно-семантические коды. Российский политический режим переживает кризисы легитимности, пытаясь обрести воздействие на мировоззрение людей через (технологично) используемый символический потенциал медиа. В этой ситуации важно обратить внимание на новые знаки и символы. Обостряющаяся поляризация общества на уровне половозрастных групп – это, возможно, причина эстетизации агрессии милитаризированного маскулинизма и бунтующего феминизма. Полагаем, что на визуальные репрезентации в моде влияет тип режима вкупе с реализуемой гендерной политикой. Чем демократичнее режим, тем шире взаимопроникновение ролей, плюрализм стилистики повседневности, развитие метросексуальности и дендизма [Вайнштейн 2012; Семёнов 2007; Флокер 2005], а чем консервативнее режим, тем больше гомофобии, поляризации иерархизированных ролей и образов, привязанных к морфологии тела. *Цель* статьи: выявить изменения символических смыслов/знаков/кодов в визуальных репрезентациях политических трансформаций на материале российских журналов мод.

О методологии исследования

Использование визуального анализа в политологии связано с пониманием того, что образ не только фиксирует событие, но является посредником для характеристик социально-политического. Фотографии ставят для исследователя задачу проникнуть в сущность изображения и зафиксировать, какие события, отражающие закономерности общественно-политической жизни, скрываются за «внешней оболочкой» [Попова 2011, 448]. Необходим критический подход к фото-образу, проникновение в многослойные сущности, что «закодированы в снимке за пределами

отображённой внешней реальности» [Штомпка 2010, 77]. Изучение визуальных текстов осуществляется через контент-анализ и семиотику, направленные на обнаружение структуры смыслов присутствия или отсутствия в репрезентации [Ярская-Смирнова 2001, 75].

В данном исследовании использован структурно-семиотический подход [Килошенко 2014, 75–85] и интерпретация, предметом которой является образ как система знаков, несущая культурные смыслы, привязку к структурам, определяющим ход политических событий. Он имеет 1) формальный характер и устанавливает процедуры реализации значения образа и 2) содержательный характер, стремясь открыть и расшифровать уровни скрытых общественных значений, приносимых образом [Штомпка 2010, 84; Брекнер 2007]. Структурный анализ использует кодирование, показывая заложенные смыслы (например, крупный план означает интимность; удалённая перспектива – публичное пространство; кадр сверху вниз – власть; снизу вверх – слабость, ничтожность [Ярская-Смирнова 2001, 75], а семиотический анализ развивается в критику.

Отбор изданий произведён по критериям: 1) выпускаемые российскими редакциями, 2) фокусирующиеся на изображениях, 3) с присутствием женских и мужских образов, 4) с систематическим выходом, 5) содержащие цветные фото, 6) с платёжеспособной целевой аудиторией. Выборка составила подшивки «Журнала мод» за 1980, 1986, 1992, 1996, 2000, 2008 годы и, из-за отсутствия журнала, период 2012–2013 гг. рассмотрен на фотографиях коллекций осень/зима 2012, весна/лето 2013 Mercedes-Benz Fashion Week Russia¹. Всего проанализировано 918 изображений на 852 страницах и 135 фото-образов с показов.

Хронология: скрининговый дизайн изучения процессов политических изменений в динамике определил «шаг» в привязке к значимым этапам трансформации режима. Точкой отсчёта является 1980 год, «приоткрытие железного занавеса». Вторая точка – 1986 год, начало Перестройки. Третья – 1992 год, развал СССР. Четвёртая – 1996 год, переизбрание президентом Б.Н. Ельцина и оформление олигархической модели. Пятая – 2000 год, избрание В.В. Путина президентом, «ресоветизационный» поворот. Шестая – 2008 год, избрание Д.А. Медведева, амбивалентность. Седьмая – протест в 2012–2013 гг., выборы В.В. Путина на третий срок и (ультра)консервативный поворот. Рефлексия о политических режимах и реконструкция процесса изменений произведена по базовым политологическим работам [Голосов 2003; Гельман 2013].

Инструментарий включил характеристики: пол, возраст, раса, этнос, тело, лицо, обувь, причёска, украшения, невербальное поведение и виды одежды (в вариациях), поскольку она «является не только выражением индивидуальности человека, гораздо чаще она подчёркивает его статус, должность, положение в обществе и в политической иерархии» [Попова 2011,

¹ См., напр.: <http://mercedesbenzfashionweek.ru/ru/gallery/120>

449]. Единица отбора – 1 номер, единицы анализа – 1 композиция или образ (look). Параметры «прочтения» учтены в Протоколе кодирования, разработанного в структурной матрице по блокам (с набором из 187 индикаторов)¹: 1) половозрастные характеристики; 2) социальные отношения в поло-ролевом взаимодействии (композиция); 3) демонстрация статуса во взаимодействии (совместный снимок); 4) выполнение (функциональных) ролей; 5) профессиональная сфера; 6) демонстрация сексуальности; 7) степень наготы; 8) контексты съёмки; 9) (политические) символы и эмблемы; 10) тип и фасон одежды; 11) (суб)групповая идентичность, стилистика; 12) обувь и её символизм [см: Горова, Демидова 2013]; 13) аксессуары и детали; 14) ткани и материалы (включая рукоделие); 15) колористика; 16) внешность моделей (тело); 17) лицо (включая антропологический тип, макияж); 18) волосы; 19) растительность лица; 20) технические характеристики (включая ракурс съёмки); 21) национально-религиозные мотивы.

Визуальные образы моды как арены пересечения политических практик и дискурсов

В современном контексте даже категорию цвета глаз можно сделать когнитивной схемой [Поспелова 2007, 149]. Политический режим накладывает отпечаток на практики использования одежды [Бартлет 2011]. Исследователи истории находят закономерности и в длине юбки для развития политики [Руан 2011], придают символично-политический смысл видам одежды при конструировании/навязывании «рамков» наделения людей гражданскими правами в связи с имущественным, классовым, этническим положением [Бар 2013]. Контроль над внешним видом выступает как элемент политики идентичности [Уилсон 2012], а сама мода – не только игра в индивидуальности, но и выражение властной иерархии [Липовецкий 2012], что используется высшими сословиями как инструмент стратегии господства [Бурдые 1993]. Структура символических репрезентаций относится к коммуникационным процессам, где участвуют визуальные знаки как арены гендерных практик, поскольку отношения власти/подчинения воспроизводятся и с помощью одежды. Властные отношения, выступающие как символические смыслы, связаны с проблемами стереотипов, порнографии, насилия [Ярская-Смирнова 2001, 73]; как и идеология, они «касаются различных моментов технологии конструирования гендера, приписывание смыслов женскому и мужскому посредством масс-медиа» [Лауретис 2000, 739; Лауретис 2001]. мода сама является искусственно созданным культурным символом [Кавамура 2009], одной из идеологий в обществе потребления, выступаая

¹ Благодарим студентов 3 курса НИУ ВШЭ в Санкт-Петербурге (2013–2014) за помощь в тестировании инструментария в процессе подготовки протокола кодирования визуального текста. Для триангуляции рассмотрены Таллиннский журнал мод SILUETT до 1990 года; «Крестьянка» до 1996 и «Работница» за весь период в специальной рубрике и приложениях по рукоделию. Наблюдения использовались для разработки инструментария, но не для анализа в связи с «параллелизацией» фото с журналом мод.

как «тотальная диктатура» [Бодрийяр 2006, 92], порождающая жертв [Эрнер 2010].

Социальные функции моды многочисленны [Гофман 2004], а формы означивания политического включают: выражение пристрастий и солидаризацию с лидерами; реакцию на масштабные события (войны, революции, реформы); нюансы дипломатической коммуникации [Albright 2009]; (само)идентификацию поддержки или протеста [Линч, Штраусс 2009]; код одежды способен отражать спектр идеологических мнений, проявления патриотизма и национальной гордости [Гирц 2004]; её регламентация рефлексировывает социальные неравенства и сословную иерархию [Зиммель 1996; McCracken 1988]; позиционирование в технологиях брендинга, выделение знаков лидерства через имидж [Давтян 2012] значимо для политиков. По мнению феминистских авторов, мода служит инструментом подавления путём индоктринации через символизм телесного и лишение права выбора, так как репрезентирует тип фемининности, который перенимают институты общества, откуда их воспроизводят люди [Вульф 2013; Гурова 2005, 42]. Но она является и индивидуализирующим механизмом, инструментом подтверждения принадлежности (belonging) [Leland 2006] или сопротивления гегемониям, методом солидаризации и эмансипации, практической технологией социализации. Одежда для мужчин, в частности ношение брюк как символа маскулинности, имеет коннотации с историческими и национальными традициями [Кон 2001, 63–78], а эволюция униформы отражает идентификацию сословия или принадлежность к классу, дисциплинирующие воздействия или кодификацию этикета, а также фетиш как власть [Крейк 2005; Стил 2014]. Национальная (само)идентификация проявляется через декор, заимствования из народной одежды. Гендерные аспекты шитья отражают социальное происхождение потребителей товара [Руан 2011]. Орудием дифференциации выступает и цвет, запуская в эксплуатацию многообразные смыслы, приписываемые ему в знаковых ситуациях [Харви 2010]. Значение приобретает внешность, становясь ресурсом, товаром и символическим капиталом [Гурова 2009]. Тело в системе знаков занимает важнейшую позицию, как и фасоны или предметы одежды, подчёркивающие или затушёвывающие его элементы в отношении к существующим и/или оспариваемым нормам морали [Рибейро 2012]. Идеологический язык моды, используемый код не являются произвольными, но представляют «неоспоримый элемент массовой культуры» [Барт 2003, 42], управляющей повседневностью в условиях современности.

Исследователи отмечают, что люди кодируют информацию о себе в соответствии с культурными определениями мужского и женского [Бем 2004]. Процессы схематизации включают спонтанную сортировку характеристик и поведения посредством гендерной метафоры, несмотря на их различие по множеству иных направлений. Категория власти является

ключевой, поскольку дискурс неравенства, дискриминации, асимметрии возможностей является обсуждением властных отношений, имеющих и символическое измерение. Проблематика в терминах патриархата рассматривается как многомерная иерархия типов мужественности и женственности, возникающая в результате пересечения господства по критериям класса, расы, пола [Grabham 2009]. Личностная позиция представляет форму пересечения возраста, национальности, социального статуса, а искусственно создаваемая реальность масс-медиа транслирует властную иерархию мужчин над женщинами. Патриархатный порядок предполагает и доминирование одних мужчин над другими (молодыми, низкооплачиваемыми, этнически другими), порождая противопоставления гегемонной маскулинности маргинальным и подавляемым [Гидденс 1999]. Первая определяет способ группы мужчин приспособиться к позиции власти и благосостояния, производя и легитимируя социальные взаимоотношения, поддерживающие их господство. Осуществить её можно только при соответствии культурных идеалов с институциональной властью, для чего «обязательны» гетеросексуальность и соответствие историческому контексту [Тартаковская 2010]. В случае политических изменений новые группы мужчин ставят под сомнение старую форму господства, а трансляторами выступают не только обладающие реальной властью (материальной и политической), но и символической (в том числе модельеры). В России «в публичной коммуникации постоянно артикулируются образы сильной матери, супруги и сексуально привлекательной дамы <...>, репрезентации сочетаются с проблематизацией безусловного авторитета мужчины, основанного на его половой принадлежности» [Темкина 2013]. Современная повседневность подтверждает трансформации социальных ролей, продолжает развиваться идея сексуального гедонизма, мужской гендерно-чувствительной идеологии и метросексуальности. Модели нормативной маскулинности в глобализированном обществе [Коннелл 2001] трансформируются в условные подгруппы: «бизнес-маскулинности» (занятые в финансовой сфере), «золотой воротничок» (работающие с высокими технологиями), «междисциплинарные» (политики с чертами бизнесменов). Подчинённая модель представлена экономически активными людьми, но не имеющими доступа к властным позициям [Макарова 2005 b, 113–120], на национальном уровне завися от типа гендерной политики.

Национализм на постсоветском пространстве является «эффективной практикой легитимации социально-экономических изменений, перераспределения экономических ресурсов и власти» [Макарова 2005 a, 105–112]. Конструирование нации связано с технологиями создания гендера посредством репрезентаций, чтобы обосновать легитимность социальной стратификации. Оно привлекает специфические представления, где женщина становится культурным символом, хранителем отличительных

черт идентичности [Yuval-Davis 1997; Уолби 2002]. В условиях мультикультурной ситуации демократического государства отмечают феномен андрогинности, суть которого – в эмансипации обоих полов и равной степени их ценности, так как разделение качеств накладывает ограничения на обоих [Берн 2001]. Несходство культивируется в обществах традиционного типа и консервативных/инэгалитарных режимах. Но современная ситуация даже в религиозной среде подвержена влиянию моды и контркультуры [Митрохин 2008; Leland 2006]. Лишь фундаментализм и (нео)патриархат актуализируют дихотомии и понятие «женской власти» [Здравомыслова, Темкина 2007].

Одним из инструментов социального конструирования являются журналы мод и/или женские журналы. В СССР пропагандировались идеи равноправия, критических статей не допускалось, многомиллионные тиражи для продвижения политики по раскрепощению женщин идеологически закрепляли образ «советской женщины» как матери-и-трудящейся, а трудности повседневности оставались за пределами журнальных страниц [Хасбулатова 2005, 29]. В постсоветский период цензуры и пропаганды не стало, но увеличилась конкуренция за читателей, за трибуну формирования желаемого образа (и уровня потребления). Глянцевые журналы, вступая в вербальную и иконическую коммуникацию [Лотман 2004], транслируют «каноны», тиражируя устои патриархатных отношений. Мужчина выступает целью, ради достижения которой женщина расходует средства на усовершенствование [Хасбулатова 2005, 196]. Женщина выступает в роли (сексуального) объекта и товара, мода эксплуатирует функцию подчёркивания половой идентификации, закладывание информации об «изменении эрогенной зоны» [Ильин 2010, 288–289], выявляющей знаки сексуальности женского тела приоткрытием либо обтянутостью, культивируется приоритет «мужского взгляда» [Аристархова 2000]. Мужское тело тоже эротизируется посредством создания стилистического образа [Rohlinger 2002]. Практически все медиа не столько отражают, сколько конструируют реальность, транслируя иерархию. Стандартная схема: мужчина-потребитель / женщина-товар, где мужчине необходимо добиться, а женщине приложить массу усилий, чтобы добились именно её [Беганович 2005, 77–80]. Реклама, как инструмент репрезентаций, совмещает идеи о товарах/услугах с идеями об общественных взаимоотношениях, где товары/услуги являются «первичным дискурсом», а идеи об обществе (тех, кто покупает и использует) – «вторичный» [Юрчак 2000]. Модные журналы делают женщину объектом мужского внимания/желания, лишая субъективности. Феминистский дискурс пытается изменить андроцентричный порядок, рассматривая моду как один из инструментов, отмечая, что мужчины тоже являются объектами контроля. Суть критики в том, что должен быть выбор того, что считать нормой и идеалом внешнего вида, но очевидна

невозможность такого выбора, поскольку люди находятся под влиянием собственных представлений о себе и под влиянием навязываемого извне образа [Гурова 2005, 40–50]. Выход видят через радикальный уход от моды, что является отказом и от объединяющей практики солидарности, или через либеральный подход, стиль «унисекс», «стирающий» гендерные коды. Изучение репрезентаций позволяет определить, кто допускается, а кто вытесняется на периферию или за пределы приемлемости, каким образом кодируются и оформляются политические и социальные различия, как очерчиваются границы, сравниваются и характеризуются группы [Ярская-Смирнова 2001].

Визуальная коммуникация моды в процессе трансформаций: вариант интерпретации

Изучение связей идеологии повседневности с политическими режимами утверждает, что «свободный общественный строй возникает на фундаменте не твёрдых истинных убеждений, а сомнений, компромисса и двоясмыслия <...> экономический плюрализм <...> накладывает на политический централизм определенные ограничения» [Геллнер 1995, 101]. Осмысление характеристик режимов помогает сформулировать варианты их представления через визуальные образы (в том числе внешнего вида), каноны которых они предлагают обществам через маскулыт или насилием принуждая следовать установленному образцу [Вайнштейн 2000; Васильченко 2009; Дашкова 2007, Дашкова 2013]. Идеология, как основа формирования политики в любом типе режима, «задаёт» рамки поведения. Исторические традиции оказывают влияние исходя из пожеланий господствующей элиты и посредством (символических) инструментов воздействия на сознание, чтобы действия человека приобрели «идеологически» определяемый и регулируемый смысл, а попытки подчинения общества прослеживаются в контроле государства над внешностью и в регуляции практик потребления. Социологи моды убедительно показали действенность «мягких» инструментов влияния в консьюмеристских обществах, поскольку низшие слои стремятся присвоить статусную символику высших¹. Отчётливо проявляются визуальные репрезентации и с учётом фонового знания об изменениях гендерной политики. Нами образы моды рассмотрены с позиции арены коммуникаций для легитимации стратификационных изменений, демонстрации ориентиров (гендерной) социализации посредством трансляции функциональных ролей и отношений профессиональной сферы и ряда символических элементов сексуальности, соотносящихся с контекстом идеологий и трансформации политического режима. Семиотические коды, касающиеся художественно-стилистических и технологических аспектов, оставлены за скобками.

¹ Об изменениях моды см.: Линч, Штраус 2009.

Социалистическая модель *авторитарно-эгалитарного режима* проявлена в 1980 году, где главной пропагандистской идеологемой является социальное равенство и равноправие полов, а индивидуализация расценивается как эгоизм. Визуально транслируется равенство статусов и «партнёрский» вариант отношений. Ярko выражен коллективизм, модели находятся в ситуациях взаимодействия, в рамках трудового коллектива. Наибольшее количество таких образов представлены женщинами, но распространены совместные снимки женщин и мужчин, а также мужчин и юношей. Обе группы представлены в унифицированном, сглаживающем внешние половые различия виде одежды свободного кроя, имеющей признаки деловой и рабочей (уни)формы, удобной и экономичной, сделанной из недорогих гигиеничных материалов. Превалируют женские фасоны платья-халата или делового юбочного комплекта с блузой и пиджаком. Профессиональные роли определяемы: очевидно, что все женщины заняты в публичной сфере – образования, услуг или инженерных специальностей. Контексты съёмки отражают активный образ жизни, включают городские улицы, парки, набережные рек, спортивные площадки. Если съёмка ведётся в домашней атмосфере, то пространственно в гостиной, реже на кухне. Встречаются образы женщин, выполняющих роль обслуживания домашних нужд, но мужчины тоже представлены в фартуках и халатах. Один раз дан образ полной семьи с ребёнком (партнёры в равных позициях). В коде делового костюма по фигуре представлена «иностранная» маскулинность, а советская – в спортивном стиле и профессиональной униформе (лётного и плавсостава). Удобная обувь на низком каблуке, аксессуаров минимум (береты и шали), но косметика используется активно. Колористика пастельная, комбинированных цветов нет, что можно проинтерпретировать как признак контроля канона «неброской элегантности». Телесность проявляется в виде опрятного, здорового, гармонично сложенного тела, иногда с признаками «возрастной» полноты, в естественных (стоячих) позах. Признаков «сексуализации» нет, все модели полностью одеты за исключением фото купальников. Преобладающий возраст женщин – старше 25 лет, а мужчин – моложе («сыновняя» маскулинность). Демонстрация взаимодействий показывает доминирование женщин, что может обосновываться политикой равноправия, но требует дополнительной рефлексии. Большое количество образов пар с доминированием женщин встречается и в 1986 г., но после 1992 года пропадают совместные образы, редки и женщины в компании. В 2008 году появился образ, где визажист-женщина красит модель перед съёмкой. В расположении по отношению к камере, как правило, транслируется равнозначность, но в поздний период фокус акцентируется на женщинах, что объясняется логикой «лучшего представления товара» при переходе к капиталистической экономике.

Распадающийся *позднесоветский режим* тяготел к *социал-демократическому образцу*, но из-за неудачного завершения Перестройки такая идеологическая модель, вобравшая лучшее от классического либерализма и традиционного социализма, являясь балансом между рынком и государством, индивидуальным и общественным, не стала реальностью, но всё же визуально проявилась в 1986 году. Сохранялась схожесть в репрезентациях мужчин и женщин, но наметились тенденции на плюрализацию стилей в молодёжном сегменте, что проявилось в разнообразии цветовой гаммы, внедрения аксессуаров, декоративных элементов в одежде обоих полов. Обращение к фольклорно-фантазийному сегменту и «крестьянским» мотивам, усиление этнических компонентов (представленность элементов как национальных республик, так и коренных народов) можно объяснить попыткой на символическом уровне «сшить» ткань общества на фоне предвестников распада в виде обострения межэтнических конфликтов. Модели «для умеющих вязать» пропагандируют развитие навыков рукоделия для женщин по типу «переделки» (что отражает товарный дефицит). На снимках женщины старше 25 лет, все мужские образы представлены юношами, но их число сокращается. Демонстрируются отношения кампании женщин разных возрастов («мать с дочерью»). На совместных с мужчинами снимках женщина чаще в приоритете у камеры (но ракурс съёмки – с равной позиции). Мужчины представлены в роли творческой или технической интеллигенции, в качестве отдыхающих/путешествующих (подразумевается наличие свободного времени). Съёмка женщин часто произведена в конторах, они показаны в научно-преподавательской сфере или в художественно-эстетическом спорте (впервые – аэробика). Все модели полностью одеты. В женской одежде появляются разрезы на юбке, но часто демонстрируются брюки (кроме шорт), а в мужской – свободные по крою классические брюки. Как и ранее, фасоны маскируют внешние признаки пола: для молодёжи – «унисекс»-комбинезоны (по типу рабочей одежды), женщинам предлагается носить галстук с костюмом, но «аристократизируются» головные уборы (шляпки), расширяется спектр аксессуаров – дешёвая бижутерия, броши, очки. Обувь спортивная, без каблука. В волосах появляются украшения, диапазон разнообразия стрижек увеличивается. Цвет волос естественен, макияж «натурель», с акцентуацией губ. Появляются элементы «нового мещанства» – нетипичные яркие цвета (фуксия, лиловый) и комбинации антагонистичных расцветок, пестрота тканей, появление натурального меха и кожаных изделий. Возникают элементы субкультуры хиппи, что говорит о большей демократизации и свободе в молодёжном сегменте.

После распада СССР в 1992 году начал складываться *гибридный режим*. Принятие капитализма как единственного механизма достижения благосостояния общества породило резкое расслоение, но позволило

п(р)оявиться росткам субкультур, свойственных либеральной демократии. Возраст женских моделей снижается до 18–20 лет, среди мужских преобладают юноши, но появляются модели с растительностью на лице. Складывающаяся нормативная маскулинность отражает признаки «остаточной» номенклатурности (классические деловые костюмы), но в широком колорите. Появляется тип «мужчина-босс». Тенденции сохраняются и для одежды женщин, присутствующих в публичном пространстве в качестве профессионалов (юбочный и брючный костюм, «новая униформа»). Появляется образ «бизнес-леди». На редких фото с мужчинами представлены преимущественно девушки в виде референтов (с изящным силуэтом, распущенными волосами, на высоком каблуке и в мини юбке, на голову ниже партнёра). Особенности композиции таких снимков в том, что девушка, часто стоя спиной к мужчине, на его фоне выглядит хрупкой и требующей защиты, а он атлетически сложен и физически силен, доминирует, находясь в её приватной пространственной дистанции, несмотря на разворот тел в разные стороны. В сфере социальных отношений присутствуют женские группы, проявляясь через общение молодых ровесников. Появляются длинные волосы и многослойность мужской одежды (комплекты с аксессуарами, жилетами, шарфами), возникает плюрализация мужской одежды: свитера, жакеты, цветные пиджаки, глубоко расстёгнутые рубашки с орнаментальным узором. У женщин появляются обтягивающие формы, акцентуация бюста (вытачки, вырезы). Появляется стиль кантри (босые ноги). Широко представлены вязаные изделия, пэчворк. Часты антагонистические сочетания цветов (доминируют коричневый, жёлтый и красный). Используется профессиональный макияж с акцентом на глаза. Сексуализация женского образа проявилась через томно-зазывающий («съешь меня») взгляд моделей и (впервые) приоткрытый рот. Появилась окраска волос, разнообразные причёски из полудлинных локонов. Увеличивается количество украшений из драгоценных металлов и камней, бижутерия укрупняется, присутствует одновременно несколько наших украшений. Для обоих полов одежда шьётся из фантазийных тканей, не натуральных, блестящих. Впервые появился образ негроидной девушки; ранее присутствовал антропоморфный тип моделей только балто-славянской внешности. Высока роль рукоделия по типу «переделки» (кризисный вариант), «реабилитированы» джинсы. Впервые модели с платком на голове, снятые на фоне православного храма; появляется славянская стилизация (национализм).

Режим соревновательной олигархии в 1996 породил и элементы либеральной демократии, когда в обществе дискурсивно сосуществовали национализм(ы), анархизм (базирующийся на социалистических идеях равенства), феминизм(ы) и другие идеологические «цветы на поляне». Всего три раза представлены мужские образы, но изменённые: все старше 25 лет, носители вредных привычек (курение) с профессией

в коммуникационной и информационной сфере, одеты в свитера (костюмов нет) тёмных цветов, со щетиной на лице. Особенность в том, что эти образы резко контрастируют с «рафинированными» женскими, где подчёркивается демонстрация использования дорогих западных брендов (особенно Шанель), доминирующее положение достатка. Миры стереотипизируются, растёт дихотомия, усиливаются различия сфер жизнедеятельности вплоть до «распада» общей среды взаимодействия. Сегментация касается и возрастного фактора: образы молодых девушек почти исчезают, усиливается тип ухоженной самоуверенной женщины средних лет, с профессиональным макияжем, обладающей финансовым и культурным капиталом, одевающейся haute couture, стильно, дорого, элегантно. Волосы прибраны в причёски, заплетены. Почти исчезает рукоделие, дешёвая бижутерия, есть только дорогие аксессуары из драгоценных металлов. Сексуальность проявляется косвенно в полусидящих-полулежащих позах, взгляде искоса, полузакрытости век, то есть это «загадочная» зрелая сексуальность. В редких образах молодых девушек (никогда рядом с женщинами описанного типа) проявляются «андрогинные» (мальчишковые) элементы одежды (кожаные куртки, брюки галифе, шорты), зачастую одетые на (полу)обнажённое тело, что свидетельствует об игре с сексуальным подтекстом. Камера фиксирует оба типа женщин сверху вниз, а контексты съёмки перемещаются на пляж, на подиум, в гостиницы, в спальню... Представлено много нарядных детей обоих полов. Можно сделать заключение о том, что женщина одновременно репрезентируется как бизнес-леди, красивая домохозяйка (подчёркивающая состоятельность не отражённого на фото партнёра) и мать. Девушки заняли нишу подруг и сопровождения (эскорта) мужского досуга. Их социальные позиции обладают пониженным символическим значением; тем не менее, в фокусе часто не сама модель, а непосредственно одежда (снимки конкретных вещей).

Гибридный «бюрократический» режим формировался с 2000 года. Консервативный поворот с целью ограничить олигархическое господство, воссоздать законы и наказания для поддержания порядка, возродил патернализм с отличительными чертами строгой иерархии и структурированной организации. Полагаем, в этот период гегемонная маскулинность (образца В. В. Путина) должна была приобретать черты глобализированной, типа бизнесмена и политического функционера, с преобладанием делового костюма дорогих брендов. Однако мужчин перестали публиковать, что подчёркивает окончательную дифференциацию «миров». Женщины показаны разнообразно: в виде «молодящейся» светской дамы, романтизированных полуобнажённых нимф и стервоподобных «менеджеров домашнего хозяйства» в шикарном особняке (новая буржуазия). Их сложно представить в профессиональной занятости, кроме, пожалуй, индустрии красоты. Половая акцентуация одежды, изощённое обнажающее тело,

«педалируется» в просвечивающих или перфорированных блузках. Нижнее бельё просматривается. Присутствует широкая демонстрация вечернего гардероба в тканях золотого и серебряного цветов, натуральном мехе, украшениях. В приоритете длина макси, но образы соблазнения усиливаются внешними символическими деталями, например, красным яблоком возле рта и длинными распущенными волосами. Элементы сказочных мотивов отражены через платья-сарафаны и вязание, подчёркивающее индивидуальность, развивающее «фольклорно-национальную» тему (в типе «женщина-птица»), городской и этно стили в молодёжной одежде и создающие «поэзию ажюра» (в типе «женщина-цветок»).

К 2008 году политический режим приобретает популистский уклон, отражая амбивалентность «общества спектакля» [Дебор 2011]. Совмещение неолиберализма с неоконсерватизмом создают условия, когда рынок стал центром внимания, что приводит к обострению индивидуализма. Подчеркнём, что неравное распределение собственности является решающим фактором в процессе разделения групп по интересам, которыми движут разные мотивы, эстетические чувства и потребительские интересы. Происходит разделение моды на массовую и элитную (смесь искусства и уникальности, качества, доступного только высшему обществу). По внешности моделей определяются отношения превосходства отдельных социальных групп («новая аристократия», бюрократия, силовые предприниматели), каждая из которых имеет свои символические признаки власти, создающие «карнавал» на подиумах кутюрье С. Зайцева и В. Юдашкина, включая неизменный атрибут – маску¹. Национальный орнамент в моделях высокой моды активизирован, но предельно дорого украшен и эклектичен: индийские сари, латиноамериканские орнаменты на бальных платьях, платья-фраки в комплекте с цилиндром, кайзеровские шапки-шлемы с павлопосадскими узорами юбок и телогреек; плетёные из самоцветов шапочки-кипы на женщинах сочетаются с цветным длинношёрстным меховым воротником и т.п. Подчёркивается понимание моды как перформанса [Alexander J., Giesen B., Mast J. 2006], что характеризует состояние экстравагантной праздности. Продолжается обнажение женского тела, зачастую под одеждой отсутствует нижнее бельё. Социальные роли женщины представлены в сфере обслуживания сексуальных и эстетических потребностей мужского взгляда. Женщина контекстуально помещена в места удовольствия или (престижного) потребления. Образы соответствуют высказыванию «в мужской культуре женщины – всего лишь „красавицы“, чтобы культура могла оставаться мужской» [Вулф 2013]. Отмечается заимствование мотивов из множественных субкультурных стилей, поскольку необходимо поддерживать постоянный интерес разнообразием внешности. Добавляются типы «женщина-бабочка», «женщина-деревце», «женщина-павлин». Широко представлены глубокое

¹ О семиотике маски см: Штайн 2013.

декольте, каблук-шпилька, сапоги-ботфорты, пирсинг, тату и прочий антураж, свойственный эротическому фото. Колористика насыщенная, сплошной декор. Мода транслирует в общество позитив игры, забыв о (статусных) разрывах между его сегментами.

Однако в 2012 году, после массовых протестов, в политической сфере наблюдается авторитарный тренд в сторону *традиционного/персоналистского режима* в «имперском» варианте. (Нео)консервативные идеологии обращаются к традиционным ценностям, делая ставку на религию и нацию, сакрализуя власть как гарант стабильности, а общество дисциплинируя. В публичном дискурсе и нормотворчестве преобладают *векторы к авторитарно-инэгалитарному режиму*, противопоставление рационализму, прогрессу, свободе и равенству, взамен на возможность сохранения лидерства и власти (то есть «сила в единстве», индивид ничтожен, а идеальный герой – готовый к самопожертвованию во имя нации или расы) [Эко 2000]. На подиуме царят чёрный, серый и коричневый цвета, уничтожившие атмосферу праздника. В принципе, коммуникация осуществляется в рамках «карнавальной культуры» [Бахтин 1990], но посредством консервативных «игроков» постмодернизма на первом плане [Рыков 2007]. Гегемонная маскулинность демонстрирует сверхроскошь политически-властвующих мужчин и элиты (например, Ф. Киркоров в образе принца в белоснежных одеждах) и историко-национальную стилизацию («новый дворянин» в цилиндре рядом с женщиной, одетой в кринолин а-ля XIX век). Одновременно проявлена маргинальная маскулинность: спортивный костюм на «кавказских» мужчинах, этнические мотивы фуфаек и халатов на моделях азиатского антропологического типа. Через антимоду «вскрываются» проблемные измерения общественного порядка: иронично представлены культивируемая брутальная («новый варвар») и подавляемая («эклетичный гей-казак») маскулинности. В отношении женщин наблюдается полифония, но преобладают четыре вариации образов: 1) монархическая репрезентация «царственности» (включая короны, мантии, кринолины и т.п.); 2) строгая тёмная ультрамакси одежда «религиозной домохозяйки», полностью закрывающая тело («попадья» и/или монахиня) и покрывающая голову, вплоть до убора в виде православного собора, надетого так, что закрывает глаза (впрочем, толковать этот символический убор можно и иронично – как «погружение в религиозный мрак») и демонстрирует соблюдение жёстких предписаний о демонстрации лица на публике¹; 3) предельно национализированный образ, сочетающий фольклорный театр, пэчворк и лубок (телогреи и сарафаны в варианте «баба на чайник»); 4) «ориенталистский» мотив гарема («султанат»), шаровары и сохраняющие обнажённость блузы (шифон, перья, парча). На девочках демонстрируют накидки в виде ангельских

¹ Подчеркнём, что значимый сегмент мусульманской моды не включён в данный обзор, а наблюдения касаются условно православной аудитории.

крыльев. Так причудливо пересекаются тренды глобализации (стремление к уровню ведущих модных домов мира) с анти/альтерглобалистскими мотивами («дикой» маскулинности и национально-экзотической феминности). Справедливости ради отметим, что Россия идёт в ногу с современностью, религиозные элементы (импринтинг византийских икон и образов святости), боди в качестве верхней и деловой одежды фигурируют в коллекциях, например, Долче и Габбана, а образы протеста (мужчины в юбках и в головном уборе в виде «баррикадности» из досок) демонстрировалась на зимней Лондонской неделе мод 2012 года.

Вместо заключения: штрихи к процессу

В качестве завершения практического визуального анализа обычно используется дискурсивная интерпретация, необходимая для понимания того, как может воспринимать снимок аудитория (различная по полу, возрасту, уровню образования, политическим взглядам и т.п.). При семиотической интерпретации смыслов и кодов важно различать три группы знаков: иконы, форма которых совпадает с обозначаемым; индексы, связываемые с тем, что они обозначают; символы, условно обозначающие то, что в данном обществе принято под ними понимать [Попова 2011, 457–459]. Поставив узкую цель выявить и описать наличие в визуальных репрезентациях соотношений с изменениями политического режима, сам последний мы должны рассматривать как совокупность множества переменных, влияющих на каноны их визуального отражения в процессе социально-политических трансформаций. Ряд влиятельных факторов, например, трансформирующееся экономическое устройство, социальное расслоение и вслед за ними развивавшаяся потребительская культура требуют дополнительного анализа; нельзя объяснять только политическими изменениями обозначенные сословно-стратификационные сдвиги, представленные на иконическом уровне в виде возрастающей роскоши, развития новых стилей, использования контекстуальных пространств съёмки и т.п. Тем не менее, если взять за основу пересечения гендерного, религиозного и национального дискурсов с изменениями режима и курса в этих сегментах политики, то обнаруживается ряд чётко маркирующих их индексов, например: а) представленность женщин и мужчин в общем поле на страницах журналов в равных социальных ролях в начале и разделение на не пересекающиеся журнальные продукты в завершении, что соответствует процессу становления и упадка гендерной политики в России [Хасбулатова 2005]; б) смена секулярной идеологии советского общества на (квази)религиозную отражается в возрастающем использовании православной и исламской эмблематики в одежде, особо акцентированной в 2012–2013 годах; в) наличие и универсализация элементов множественного специфического национального костюма при отсутствии «этнических» по внешности моделей в позднесоветской

моды перманентно уступает и подавляется доминирующей русско-славянской стилизацией, и лишь в период попыток внедрения политических программ толерантности в середине 2000-х эта доминанта видоизменяется, допустив национально и этнически «другое», однако лишь как роскошную экзотику или на позиции соответствия стереотипам. Каждое из описанных измерений заслуживает отдельной статьи, но хотелось бы отметить противоречивость репрезентаций, свойственных обществу, расколотому на основе ценностных предпочтений. Например, обезличивание женщин (в прямом смысле стали закрывать лицо или его части) происходит одновременно с их «превозношением» (короны и диадемы, пышные кринолины), а также рядом находятся тотальная закрытость и максимальная обнажённость женского тела.

Наконец, на уровне символических коннотаций, проинтерпретируем семиотическую коммуникацию политических изменений через их репрезентации в журнале мод в следующих векторах: трансформация советской идеологии, двигаясь *от социального равенства*, включавшего демонстрацию «равнозначности» и «взаимозаменяемости» гендерных ролей, проходит стадию «*молодёжно-ориентированной демократизации и плюрализации*» в 1986 году, сохраняя ориентиры на «унисекс» и акцентируя «*единство разнообразия*» этнического фактора; затем наблюдаются процессы национального конструирования и «*православизации*» женских образов, сопровождающиеся «*половой дифференциацией*» с 1992 года, в итоге выходя на «*элитаризацию*» и демонстративное потребление с тенденциями на «*фамилизацию*» и «*сексуализацию*» женщины к 1996 году; достигнув «*квази-демократической плюральности*» и определив векторы «*субкультуризации*» женских образов в 2000 году, консервативный поворот реализует неопатриархатную модель, отражённую в «*объективации женского тела (как товара)*», обозначив постмодернистскую *игровую «карнавализацию»* в 2008 году, завершившуюся трендом на «*неоконсервативность*» и «*империализацию*» образов к 2013 году, с выраженным *контр-культурным ответом* с позиций антимоды, подчёркивающим протест в обществе. Видно, что символизм коммуникации посредством журналов мод отражает общественно-политические события, процессы политических трансформаций выглядят параллельными изменениям моды. Можно ли заключить, что через визуальные образы моды происходит опережающая символическая легитимация изменений социально-политического порядка, инициируемая или поддержанная со стороны властных групп... или таким образом «работает» в сфере политического сверхчувствительность системы моды?

БИБЛИОГРАФИЯ

- Аристархова 2000 – *Аристархова И.* Слепляющий взгляд теорий репрезентации // *Женщина и визуальные знаки.* Москва, 2000. С. 187–214.
- Бар 2013 – *Бар К.* Политическая история брюк. Москва, 2013.
- Барт 2003 – *Барт Р.* Система моды. Статьи по семиотике культуры. Москва, 2003.
- Бартлетт 2011 – *Бартлетт Дж.* FashionEast: призрак, бродивший по Восточной Европе. Москва, 2011.
- Бахтин 1990 – *Бахтин М.М.* Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса. Москва, 1990.
- Беганович 2005 – *Беганович А.* Псевдотрансформации: гендерные репрезентации в Российских масс-медиа // *Гендерные различия.* Санкт-Петербург, 2005. С. 76–81.
- Бем 2004 – *Бем С.* Линзы гендера. Трансформация взглядов на проблему равенства полов. Москва, 2004.
- Берн 2001 – *Берн Ш.* Гендерная психология. Санкт-Петербург, 2001.
- Бодрийяр 2006 – *Бодрийяр Ж.* Общество потребления. Москва, 2006.
- Брекнер 2007 – *Брекнер Р.* Изображённое тело. Методика анализа фотографии // *Интер.* 2007. № 4. С. 13–32.
- Бурдьё 1993 – *Бурдьё П.* Рынок символической продукции // *Вопросы социологии.* 1993. № 1/2. С. 49–62.
- Вайнштейн 2000 – *Вайнштейн О.Б.* Улыбка чеширского кота: взгляд на российскую модницу // *Женщина и визуальные знаки.* М., 2000. С. 30–42.
- Вайнштейн 2012 – *Вайнштейн О.Б.* Денди: мода, литература, стиль жизни. Изд. 3-е. Москва, 2012.
- Васильченко 2009 – *Васильченко А.В.* Мода и фашизм. Москва, 2009.
- Веблен 1984 – *Веблен Т.* Теория праздного класса. Москва, 1984.
- Вульф 2013 – *Вульф Н.* Миф о красоте: Стереотипы против женщин. Москва, 2013.
- Гандл 2011 – *Гандл С.* Гламур. Москва, 2011.
- Геллнер 1995 – *Геллнер Э.* Условия свободы. Гражданское общество и его исторические соперники. Москва, 1995.
- Гельман 2013 – *Гельман В.* Из огня да в полымя. Российская политика после СССР. Санкт-Петербург, 2013.
- Гидденс 1999 – *Гидденс Э.* Социология. Москва, 1999.
- Гирц 2004 – *Гирц К.* Интерпретация культур. Москва, 2004.
- Голосов 2001 – *Голосов Г.В.* Сравнительная политология. Изд. 3-е. Санкт-Петербург, 2001.
- Горова, Демидова 2013 – *Обувь: от сандалий до кроссовок /* Под ред. Н. Горовой, Е. Демидовой. Москва, 2013.
- Гофман 2004 – *Гофман А.Б.* Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. Санкт-Петербург, 2004.

- Гурова 2009 – Гурова О. «Глянец»: идеология моды в современной российской культуре // Визуальная антропология: настройка оптики. Москва, 2009. С. 246–256.
- Гурова 2005 – Гурова О. Дизайн и мода: феминистская критика // Гендерное устройство: социальные институты и практики. Санкт-Петербург, 2005. С. 40–50.
- Давтян 2012 – Давтян Н.А., Давтян М.А. Концептуальная имиджелогия: Искусство, наука, профанация. Методологические основания. Москва, 2012.
- Дашкова 2013 – Дашкова Т.Ю. Идеология в лицах: формирование визуального канона в советских журналах 1920–1930-х годов // Телесность – Идеология – Кинематограф: Визуальный канон и советская повседневность. Москва, 2013. С. 34–62.
- Дашкова 2007 – Дашкова Т.Ю. Невидимые миру рюши: одежда в советском предвоенном и военном кино // Теория моды: одежда, тело, культура. 2007. №1 (3). С. 149–162.
- Дебор 2011 – Дебор Г. Общество спектакля. Москва, 2011.
- Захарова 2006 – Захарова Л. «Наиболее распространённой является форма прямого пальто с однобортной застежкой»: О советской моде эпохи «оттепели» // Неприкосновенный запас. 2006. №1. С. 186–201.
- Здравомыслова, Темкина 2007 – Российский гендерный порядок: социологический подход / Под ред. Е. Здравомысловой, А. Темкиной. Санкт-Петербург, 2007.
- Зиммель 1996 – Зиммель Г. Мода // Избранное. Том 2. Москва, 1996. С. 266–291.
- Ильин 2010 – Ильин Е.П. Пол и гендер. Санкт-Петербург, 2010.
- Кавамура 2009 – Кавамура Ю. Теория и практика создания моды. Минск, 2009.
- Килошенко 2014 – Килошенко М.И. Психология моды. Изд. 3-е. Санкт-Петербург, 2014.
- Кон 2001 – Кон И.С. Битва за штаны: этикет, мода, политика, идеология // Человек. 2001. №5. С. 63–78.
- Коннелл 2001 – Коннелл Р. Маскулинность и глобализация // Введение в гендерные исследования. Часть II. Харьков, Санкт-Петербург, 2001. С. 851–879.
- Крейк 2007 – Крейк Дж. Краткая история униформы (Форма напоказ: от рационализма к вызову). Москва, 2007.
- Лауретис 2001 – Лауретис Т. В зазеркалье: женщина, кино и язык // Введение в гендерные исследования. Часть II. Харьков, Санкт-Петербург, 2001. С. 738–758.
- Лауретис 2000 – Лауретис Т. Риторика насилия. Рассмотрение репрезентации и гендера // Антология гендерных исследований. Минск, 2000. С. 347–373.

- Линч, Штраус 2009 – *Линч А., Штраус М.* Изменения в моде: причины и следствия. Минск, 2009.
- Липовецкий 2012 – *Липовецкий Ж.* Империя эфемерного. Мода и её судьба в современном обществе. Москва, 2012.
- Лотман 2004 – *Лотман Ю.М.* Внутри мыслящих миров // Лотман Ю.М. Семиосфера. Санкт-Петербург, 2004. С. 150–391.
- Макарова 2005 а – *Макарова А.* Визуальные репрезентации женского и польский национальный проект вступления в ЕС // Гендерные различия. Санкт-Петербург, 2005. С. 105–112.
- Макарова 2005 б – *Макарова О.* Визуальная репрезентация маскулинности в финских СМИ // Гендерные различия. СПб., 2005. С. 113–120.
- Митрохин 2008 – *Митрохин Н.* Гендерные отношения и Русская православная церковь в современной России: «Домострой», благочестивый гламур и биоэтика // Гендер для чайников-2. Москва, 2008. С. 189–214.
- Попова 2011 – *Попова О.В.* Политический анализ и прогнозирование. Москва, 2011.
- Поспелова 2007 – *Поспелова О.В., Кукаренко Н.Н., Львова М.А.* Гендерные исследования: вводный курс. Архангельск, 2007.
- Рибейро 2012 – *Рибейро Э.* Мода и мораль. Москва, 2012.
- Рогинская 2005 – *Рогинская О.* Мода и современные модели жизнеопи- сания // Коммуникативные проекты в контексте современной теории моды. Москва, 2005. С. 117–125.
- Руан 2011 – *Руан К.* Новое платье империи: история российской модной индустрии. 1700–1917. Москва, 2011.
- Рыков 2007 – *Рыков А.В.* Постмодернизм как «радикальный консерватизм»: Проблема художественно-теоретического консерватизма и американская теория современного искусства 1960–1990-х гг. Санкт-Петербург, 2007.
- Семёнов 2007 – *Семёнов В.* Искусство антигламура, или Практическое пособие по дендизму. Москва, 2007.
- Стил 2014 – *Стил В.* Фетиш: мода, секс и власть. Москва, 2014.
- Тартаковская 2010 – *Тартаковская И.* Смертельная ноша маскулинности // Демоскоп-Weekly. 2–7 июня 2010. № 425–426. [Электронный ресурс] URL: <http://demoscope.ru/weekly/2010/0425/analito2.php> (дата обращения: 05.10.2013).
- Темкина 2013 – *Темкина А.* Настоящий мужчина. [Электронный ресурс] URL: <http://polit.ru/article/2013/06/12/temkina/> (дата обращения: 14.12.2013).
- Уилсон 2012 – *Уилсон Э.* Облачённые в мечты: мода и современность. Москва, 2012.
- Уолби 2002 – *Уолби С.* Женщина и нация // Нации и национализм. Москва, 2002. С. 308–331.
- Флокер 2005 – *Флокер М.* Метросексуал. Гид по стилю. СПб., 2005.
- Харви 2010 – *Харви Дж.* Люди в чёрном. Москва, 2010.

- Хасбулатова 2005 – *Хасбулатова О.А.* Российская гендерная политика 20 столетия: мифы и реалии. Иваново, 2005.
- Штайн 2013 – *Штайн О.А.* Маска как форма идентичности: Введение в философию образа. Санкт-Петербург, 2013.
- Штомка 2010 – *Штомка П.* Визуальная социология. Фотография как метод исследования. Москва, 2010.
- Эко 2000 – *Эко У.* Вечный фашизм // Эко У. Пять эссе на темы этики. Санкт-Петербург, 2000. С. 49–80.
- Эрнер 2010 – *Эрнер Г.* Жертвы моды? Как создают моду, почему ей следуют. Санкт-Петербург, 2010.
- Юрчак 2000 – *Юрчак А.* По следам женского образа (символическая работа нового рекламного дискурса) // Женщина и визуальные знаки. Москва, 2000. С. 64–77.
- Ярская-Смирнова 2001 – *Ярская-Смирнова Е.Р.* Одежда для Адама и Евы: Очерки гендерных исследований. Москва, 2001.
- Albright 2009 – *Albright M.* Read My Pins: Stories from a Diplomat's Jewel Box. New York, 2009.
- Alexander 2006 – *Alexander J., Giesen B., Mast J.* Social Performance. Cambridge, 2006.
- Grabham 2009 – Intersectionality and Beyond: Law Power and the Politics of Location / Ed. by E. Grabham, D. Cooper, J. Krishnadas and D. Herman. London, 2009.
- Leland 2006 a – *Leland J.* A Spirit of belonging Inside and Out // New York Times. Oct. 6. 2006.
- Leland 2006 b – *Leland J.* Rebels With a Cross // New York Times. March 2. 2006.
- McCracken 1988 – *McCracken G.* Culture and Consumption: New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities. Bloomington, 1988.
- Rohlinger 2002 – *Rohlinger D.* Eroticizing Men: Cultural Influences on Advertising and Male Objectification // Sex Roles. 2002. Vol. 46. Nos. 3/4. February.
- Yuval-Davis 1997 – *Yuval-Davis N.* Gender and Nation. London, 1997.

Материал поступил в редакцию 08.04.2014