

Sophie Woodward  
WHY WOMEN WEAR  
WHAT THEY WEAR

# ПОЧЕМУ ЖЕНЩИНЫ НОСЯТ ТО, ЧТО ОНИ НОСЯТ

С О Ф И В У Д В О Р Д

ЖИ

Библиотека журнала «Теория моды»

Софи Вудворд

**Почему женщины  
носят то, что они носят**

«НЛО»

2007

УДК 391.2  
ББК 85.126.6

**Вудворд С.**

Почему женщины носят то, что они носят / С. Вудворд —  
«НЛО», 2007 — (Библиотека журнала «Теория моды»)

ISBN 978-5-44-482088-9

Почему женщины носят то, что они носят? От чего зависит ежедневный выбор костюма и что кроме одежды хранит гардероб? Чем руководствуются обладательницы платяных шкафов, подбирая наряд для торжественного случая или вечеринки? Ответы на эти вопросы Софи Вудворд попыталась отыскать, исследовав гардеробы жительниц Лондона и Ноттингема. Наблюдая, как они выбирают одежду для тех или иных случаев, автор демонстрирует многообразие факторов, влияющих на этот процесс: от культурной или этнической самоидентификации до телесных ощущений от соприкосновения с тканью. Происходящий в приватном пространстве акт конструирования публичного образа оказывается связанным с личными историями жизни, семейных отношений и поисков себя. Автор встраивает их в социальный и культурный контекст, открывая читателю новый взгляд на более общие проблемы, связанные с модой и идентичностью. Софи Вудворд – английский социолог, PhD, профессор Манчестерского университета.

УДК 391.2  
ББК 85.126.6

ISBN 978-5-44-482088-9

© Вудворд С., 2007  
© НЛО, 2007

# Содержание

Благодарности	5
Введение	6
ГЛАВА 1	12
ГЛАВА 2	29
Конец ознакомительного фрагмента.	37

# Софи Вудворд

## Почему женщины носят то, что они носят

*Кэт и Стиву  
Памяти Сью Бенсон*

### *Благодарности*

Эта книга появилась на свет во многом благодаря людям, поддерживавшим меня все то время, пока я ее писала. Поскольку в основу книги легло исследование, которое я проводила в рамках работы над докторской диссертацией, я хотела бы поблагодарить Совет по экономическим и социальным исследованиям за предоставленное мне финансирование. Я чрезвычайно благодарна Дэниелу Миллеру за его фантастические идеи и поддержку, которую он неизменно мне оказывал. Я также хочу поблагодарить Джоан Энтуисл и Эмму Тарло за полезные замечания к тексту моей диссертации, а также сотрудников издательства Berg Publishers за их терпение и помощь в подготовке книги к изданию. Я особенно благодарна родителям, Кэт и Стиву, за их неизменную веру в меня, Кэт – за ее невероятную проницательность и редактуру и Стиву – за языковую чуткость. Я также с благодарностью вспоминаю Сью Бенсон, которая умерла, когда я еще только писала эту книгу, но которая с самого начала работы над ней вдохновляла меня. Появление этой книги было бы невозможно без поддержки всей моей семьи – Ричарда, Тэмсин, Джека, Клео и Эппи. Я говорю большое спасибо Беде, Джо, Поле, Филиппе, Саре, Кэт, Занне, Кэти, Кристине, Колли, Крейгу, Эмануэле и Вики за то, что они помогли мне сохранить рассудок и здравый смысл. Я очень благодарна также Дэну, Роде, Шейле и Мишель, которые научили меня находить в академической жизни радостные моменты. Наконец – и это важнее всего, – я очень многим обязана женщинам, согласившимся впустить меня в свои дома и спальни. Работать с ними было настоящим удовольствием, и лишь благодаря их откровенности, их модным триумфам и неудачам, которыми они щедро со мной делились, книга и стала такой, какой она стала.

## *Введение*

Одетая в бледно-розовую шелковую сорочку и трусики, Сэди без энтузиазма рассматривает одежду в открытом шкафу. Завтра, после работы, она собирается на прощальную вечеринку по случаю отъезда подруги и перед сном пытается выбрать наряд. Она стоит перед шкафом, надеясь, что ее вдохновит хоть что-нибудь из того, что она видит. Обычно Сэди решает, что надеть, непосредственно перед выходом из дома, когда предвкушение будущего мероприятия побуждает ее к действию. Сейчас же, не зная, какая завтра будет погода или в каком настроении она проснется, Сэди не может принять решение, поскольку ее эмоции по поводу завтрашней вечеринки блекнут ввиду перспективы восьмичасового рабочего дня. Некоторое время спустя она окончательно впадает в уныние и решает сначала выбрать туфли из стоящих в ряд на полке. Она берет свою любимую пару: розовые балетки с высокими розовыми же металлическими каблуками, которые до этого лишь примеряла в уединении спальни. Туфли настолько восхитительны, что все наряды, с которыми Сэди пыталась надеть их раньше, оказались их недостойны. Однако теперь она твердо намерена пойти в них на вечеринку. Сэди стоит перед зеркалом и поворачивается так и этак, разглядывая туфли со всех сторон, любясь необычным оттенком розового цвета и скульптурным эффектом каблучков. С наслаждением воображая фурор, который туфли произведут в компании ее друзей, она окончательно решает, что наденет именно их.

Теперь ей нужно разобраться с костюмом, и она возвращается к гардеробу. Поскольку Сэди не может позволить себе купить ничего нового, она лихорадочно ищет что-нибудь подходящее к туфлям и натывается на кремовую вельветовую мини-юбку. Примеряя две вещи вместе, она восхищается сочетанием цветов. Будучи вполне нейтральной, юбка привлекает внимание к туфлям. Поскольку наряд уже готов на две трети, Сэди полна решимости не расстраиваться из-за отсутствия подходящего верха. Она перебирает груды топов в нижней части гардероба, но ни один не кажется адекватным. Сэди хватается в охапку кучу потенциальных вариантов и прикладывает каждый из них к телу; она недовольна: кремовый слишком бледный, из-за чего топ и юбка сливаются воедино, а черные, цветные или узорчатые топы слишком темны для этого наряда и отвлекают внимание от обуви. В отчаянии она швыряет одежду на пол, снова встает перед зеркалом и смотрит на туфли; на ней вельветовая юбка и бледно-розовая ночная сорочка. Взглянув на свое отражение, Сэди внезапно осознает, что наряд сложился. Она поочередно приподнимает ноги и рассматривает туфли, вертя ими так, чтобы они слегка поблескивали: «Топ того же цвета, что и туфли, когда на них падает свет!!» – восклицает Сэди в восторге. Сначала она опасается идти на вечеринку в лондонском Вест-Энде в ночнушке, но потом решает, что никто ничего не заметит. Сэди подбирает к ней нижнее белье: мятно-зеленый бюстгальтер с розовой отделкой. Если его верхушка выглянет из-под выреза сорочки, «получится быстрая переключка сочетающихся цветов».

В этом конкретном случае Сэди пытается придумать наряд, подходящий для светского мероприятия, но, поскольку она каждые выходные веселится в одной и той же дружеской компании, ей хочется также выглядеть особенно и уникально. В процессе выбора ей приходится балансировать между необходимостью соответствовать контексту, делать все правильно и желанием выглядеть и чувствовать себя собой. Таким образом, облачение в костюм – это момент синтеза социальных ожиданий и личных предпочтений. При этом Сэди должна учитывать все социальные нюансы: свой статус молодой сексуально привлекательной женщины, свои отношения с подругами и с мужчинами, на которых она хочет произвести впечатление. Случай, ради которого она одевается, требует создания нового костюма, и это сложно, поскольку Сэди не может просто надеть какой-нибудь очевидный или надежный наряд. Великолепие туфель только усугубляет проблему: Сэди беспокоится, что к ним ничего не подойдет. У молодой жен-

щины очень четкие представления об адекватной сочетаемости, поэтому она тщательно перебирает одежду в гардеробе и в отчаянии восклицает, что ей нечего надеть. Ее спасает лишь счастливая случайность: оказывается, что ночная сорочка идеально идет к туфлям.

История Сэди, придумывающей себе наряд, – одна из многих, собранных мной в процессе этнографического исследования. Она хорошо показывает, с какими проблемами сталкиваются женщины, выбирая, что надеть. Эти проблемы банальны и повсеместны, с ними сталкиваются все женщины, независимо от возраста, рода занятий, сексуальной ориентации, религиозной или этнической принадлежности, а также интереса к моде. При выборе костюма женщинам приходится взаимодействовать со своим телом, статусом, вкусами, внешними условностями и самовосприятием, а потому это очень важный процесс, помогающий понять, почему женщины носят то, что они носят. Наблюдение за Сэди, выбирающей костюм для вечеринки, было частью работы по сбору данных, легших в основу моего исследования, результатом которого и стала эта книга. Я смотрела, как женщины одеваются в спальне перед выходом из дома, и обсуждала с ними принятые ими решения. Таким образом, проведенное исследование заполняет одну из самых значимых лакун в истории моды и костюма: я анализирую сарториальный выбор, который делается не во время похода по магазинам, а в рамках интимного и очень индивидуального процесса конструирования публичного образа. Как показывает пример Сэди, вещи, которые женщины отвергают, в этом случае не менее важны, чем те, что они в итоге наденут. Таким образом, я предлагаю взглянуть, что происходит за кулисами публичной презентации, ради которой женщины наряжаются и которая отчасти определяет их выбор. Говоря о влиянии социальных отношений на сарториальное конструирование идентичности, С. Кайзер (Kaiser 2003) рассматривала последнее как поиск равновесия между образом, создаваемым для «других», и представлением женщины о собственной внешности. Опираясь на ее исследование, я пытаюсь увидеть связь между тем, как женщины выглядят, и тем, что они чувствуют, облачаясь в костюм. Взгляд «другого» может преломляться сквозь призму воспоминаний о событиях, оставивших след в жизни женщин, или корректироваться их представлениями о том, как они выглядят со стороны.

О важности подобного исследования писала Э. Тарло (Tarlo 1996) в книге, посвященной одежде жителей индийской деревни. Как показывает ее работа, сарториальный выбор не диктуется исключительно социальными обстоятельствами, например принадлежностью к той или иной касте; в действительности это очень сложный процесс, учитывающий самые разнообразные аспекты социальной и персональной идентичности. Моя книга – первая попытка все-сторонне осмыслить подобную практику в контексте западной культуры. Научная литература, посвященная исследованию моды и идентичности, фокусируется прежде всего на изучении публичной презентации «я», независимо от того, делают ли авторы акцент на материальных аспектах проблемы (Entwistle 2000), на конкретной субкультурной идентичности (Hodkinson 2002) или на практиках выбора одежды (Hansen 2000). Однако публичное «я» всегда конструируется в приватном пространстве, поэтому в этой книге речь пойдет об индивидуальном акте облачения в костюм. «Процесс взаимодействия с гардеробом», который женщины осуществляют как минимум раз в день, служит посредником между двумя феноменами: костюмом как средством конструирования внешнего облика и публичного «я», с одной стороны, и интимным пространством спальни и гардероба, с другой. Когда костюм уже надет и подобран более-менее удачно, вся эта динамика уже не видна; мучительная драма разворачивается именно в потаенном мире спальни. Там женщины достают вещи из шкафа, там стоят и разглядывают свое отражение в зеркале, размышляя, правильно ли они одеты и соответствует ли наряд их возрасту; там они огорченно замечают, что их зад слишком толстый, лицо слишком бледное, а ноги слишком короткие. Анализируя действия и эмоции, сопровождающие выбор одних костюмов и отказ от других, можно пролить свет на проблемы моды, которые обычно рассматриваются на макроуровне, например те, что касаются соотношения индивидуальности и кон-

формизма (Simmel 1971), амбивалентности моды (Wilson 1985), телесного образа (Wolf 1990; Bordo 1995), модного идеала (Thesander 1997) и тревоги (Arnold 2001; Clarke & Miller 2002). Все они актуализируются в процессе облачения в костюм как внутренние проблемы личности.

Об этих дилеммах и пойдет речь в книге. Обуславливая выбор костюма, они актуализируются на материальном уровне; они определяют отношения женщин со своим отражением, когда те, стоя перед зеркалом, задаются вопросом: «я ли это?». В сарториальном контексте поиск идентичности приобретает интимный характер, поскольку опирается на сенсорный опыт. Взаимодействие одежды и тела во многом определяет выбор костюма: важно, из какого материала сшита вещь, как она ощущается на коже, как позволяет телу двигаться и как влияет на визуальный телесный образ. Разглядывая себя в зеркале, женщины сравнивают облаченное в костюм тело с изображениями, которые тиражируются медиаресурсами, конструирующими и закрепляющими в массовом сознании нормативные идеалы красоты и женственности (Gunter & Wykes 2005). Их влияние на восприятие женщинами собственного тела широко и активно обсуждается в публичном пространстве. Вред, который приносит публикация фотографий гламурных моделей нулевого размера, занимает и политиков, и издателей журналов, распространяющих сплетни о жизни знаменитостей. Эти дебаты бесконечно муссируют тему дурного влияния образов, идеализирующих крайнюю худобу. Упомянутую проблему можно рассматривать и в контексте моего исследования, однако не на уровне абстрактных рассуждений: важно понять, в какой степени женщины действительно соизмеряют свое тело с медийным идеалом. Характер взаимосвязей между модельными образами и реальным взглядом женщин на собственное тело невозможно предугадать. Вместо этого мы поговорим о том, как самоощущение женщин специфицируется в зависимости от конкретных обстоятельств, в которых они подбирают наряд. Культурные нормы и социальные ожидания по-разному актуализируются в зависимости от индивидуального «проекта» женщины (de Beauvoir 1997; Moi 2002), и ее отношение к идеалам красоты диктуется случаем, для которого она наряжается.

Чтобы получить доступ к этой интимной информации, требовалось непосредственно наблюдать, как женщины одеваются. В течение пятнадцати месяцев я занималась сбором и углубленным анализом этнографического материала в Лондоне и Ноттингеме; мне было нужно, чтобы женщины впустили меня в дом и в спальню. Это очень личное, приватное пространство, и понадобилось поддерживать постоянный и тесный контакт с информантками, чтобы мое присутствие не пугало и не смущало их. В отличие от большинства исследователей моды и идентичности, я не отбирала информанток по тем или иным критериям, таким как социальный класс, этническая принадлежность или сексуальная ориентация, поскольку все они зачастую подразумевают наличие заранее заданной сарториальной идентификации. Вместо этого я работала с женщинами, соединенными самыми разными социальными связями: подругами, членами одной семьи, коллегами. Это позволило учесть многообразие аспектов их идентичности – гендера, рода занятий, классовой, этнической и религиозной принадлежности (Anthias 1997). Описывая весь ассортимент одежды, имевшийся у информанток, и анализируя, что именно они носят или не носят, я пыталась всесторонне исследовать спектр разнообразных и противоречивых составляющих их личности, которые лишь частично находили воплощение в наряде, выбранном и представленном на всеобщее обозрение; прочие аспекты «я» оставались не востребуемыми, прятались в гардеробе. Разные социальные контексты требуют разных идентичностей, и классовая, гендерная, этническая принадлежность женщины или ее сексуальная ориентация фреймируют выбор костюма, но не определяют его полностью.

Выстраивая конструкцию книги по главам, я постепенно переходила от анализа личности, ее биографии и персональной эстетики к проблемам, связанным с исследованием более широкого социального и коммерческого контекста. Повествование начинается описанием гардероба как личной коллекции и продолжается анализом «чужого» взгляда и других внешних факторов, таких как мода. Большая часть материала, представленного в книге, была получена

в процессе интимных и глубоких собеседований с информантками; я опиралась на их рассказы о том, как они выбирают костюмы для тех или иных случаев. Таким образом, сарториальные проблемы, которые обсуждаются и теоретически осмысляются в этой книге, имеют непосредственное отношение к переживаниям конкретных женщин. Анализируя их, я пыталась ответить на следующие вопросы: на чье мнение ориентируются женщины, выбирая себе наряд, как они используют свои «прежние „я“» в актуальном гардеробе, как на самом деле влияют на них нормативные дресс-коды и почему так часто женщины, стоя перед битком набитым шкафом, сетуют, что им нечего надеть.

Первая глава, «Как понять женщин и их гардероб», представляет собой подступ к теме. Поскольку такое обычное, казалось бы, дело, как облачение в костюм, практически не освещается в научной литературе о моде, речь пойдет о возможных способах его описания и теоретического осмысления, а также о его значении для исследования моды и идентичности. По примеру Тарло, занимавшейся этнографическим исследованием индийского женского костюма (Tarlo 1996), я буду рассматривать выбор одежды как практику конструирования идентичности на основе ресурсов, имеющихся в гардеробе. Содержимое платяного шкафа, в свою очередь, интерпретируется как одно из воплощений «распределенной идентичности» (Gell 1998), как физическое и метафорическое расширение возможностей личности. Беспокойство, которое испытывают женщины при выборе наряда, связано с тем, как последний заставляет их чувствовать и выглядеть. Поэтому в первой главе будет представлен краткий очерк антропологических (Miller 1987; Barnes & Eicher 1993; Weiner & Schneider 1989) и исторических (Taylor 2004) методов исследования костюма как материального феномена. Сарториальные ощущения во многом носят физический, телесный характер, поэтому я опираюсь на феноменологический подход к анализу гардероба как материальной практики (Moi 2002; Young 2004). Мне представляются полезными социально-психологические теории Дж. Мида (Mead 1982) и С. Кайзер (Kaiser 2003), позволяющие понять, как женщины рассматривают образ собственного тела сквозь призму воображаемых и запечатленных в памяти мнений других людей. И наконец, я постараюсь охарактеризовать сарториальную специфику современной Британии, а также актуальные для нее социальные аспекты идентичности и модные тренды как факторы, влияющие на выбор одежды.

Вторая глава, «Доступ в дом и спальню», посвящена описанию условий моего этнографического исследования. Я проводила интервью с информантками прямо у них дома, и в этой главе речь пойдет о трудностях работы в приватном пространстве. Предваряя подробные кейс-стади, представленные в следующих главах, я постараюсь очертить общие параметры моей деятельности: социально-географические особенности Лондона и Ноттингема и специфику микроконтекста спальни. Кроме того, речь пойдет о женщинах, с которыми я работала, об их предыстории и о социальных сетях, в которые они интегрированы. Важнейший материал для глубоких тематических исследований предоставляет содержимое гардероба, поэтому здесь я расскажу также, как женщины организуют и сортируют одежду, сколько у них вещей и сколько из них они на самом деле носят.

Третья глава, «„А что на вас было надето?“: одежда и воспоминания», – первая из двух глав, где гардероб интерпретируется как личная коллекция; главное внимание здесь уделено воспоминаниям, которые хранит одежда. На конкретных примерах я анализирую, как вещи благодаря своим тактильным и сенсорным свойствам, позволяющим запечатлеть телесные формы, материализуют персональные нарративы и биографии. Одежда, которую женщины больше не носят, но хранят, воплощает в себе те аспекты их личности, которые остались в прошлом (Vanim & Guu 2001). Материализованная в гардеробе биография, в отличие от вербального нарратива, демонстрирует некорректность представления о линейности и связности персональной истории как о чем-то само собой разумеющемся (см. например: Giddens 1991).

Я описываю, как информантки встраивают вещи из прежней жизни в свою актуальную идентичность, в процессе облачения в костюм превращая прошлое в настоящее.

В четвертой главе, «Хорошо выглядеть и чувствовать себя нормально: эстетика костюма», я расскажу о главной проблеме, занимающей женщин при выборе костюма: «Сочетаются ли вещи друг с другом?» Показывая связь между двумя вопросами – «как я выгляжу?» и «как я себя чувствую?», – я размышляю, что означает сарториальный «комфорт» с точки зрения внешнего образа и телесных ощущений. Это подразумевает решение проблемы сочетаемости тканей, расцветок и стиля вещей, а также проблемы соответствия костюма, с одной стороны, и идентичности его владелицы, с другой. Последнее предполагает поиск баланса между персональным стилем, ожиданиями других людей и медийными презентациями идеального тела (Gunter & Wykes 2005). Гардероб рассматривается здесь как персональная эстетика (Gell 1998), как баланс между личным и публичным, поскольку конструируемый образ неизбежно учитывает и локус, для которого предназначен костюм, и социальный контекст.

Пятая глава, «Отражение в зеркале: видеть и быть увиденной», посвящена роли зеркала в процессе выбора наряда. Я рассказываю, как женщины одеваются с оглядкой на мнения и взгляды других людей. Таким образом, облачение в костюм рассматривается здесь как акт конструирования «я». Опираясь на теоретические категоризации типов взгляда (Bonner et al. 1992) и на истории информанток, взаимодействующих со своим отражением, я пытаюсь описать разнообразие аспекты этого взаимодействия: меня интересует, как женщины одеваются для других мужчин, для других женщин и, что не менее важно, для себя. Я также пытаюсь понять степень влияния, которое оказывают на женщин общие культурные представления о телесном идеале (Thesander 1997). Теория Мида (Mead 1982) отчасти позволяет объяснить, как женщины видят себя в зеркале, вспоминая или воображая направленные на них взгляды других людей. Особое внимание здесь уделено понятию «искусственности» и многочасовому процессу конструирования «естественного» образа.

В шестой главе, «Матери, дочери, подруги: одежда и отношения», рассматриваются случаи влияния реальных человеческих связей на процесс облачения в костюм. Главное внимание здесь уделяется одежде, которую дарят женщинам другие люди. Я опираюсь на антропологические теории дарения (Godelier 1999; Mauss 1992; Osteen 2002), чтобы понять, как те или иные отношения интегрируются в гардероб. Я рассказываю о подарках, которые матери делают дочерям, и об обмене одеждой между молодыми женщинами. Опираясь на проведенное А. Вайнер исследование практик обмена в Меланезии (Weiner 1992), я анализирую, как краткосрочный и долгосрочный обмен одеждой влияет на создание и переосмысление отношений. Случаи подобного обмена позволяют поразмышлять о парадоксах родственных связей в современной Британии (MacFarlane 1987; Strathern 1992), о том, как одежда позволяет женщинам отстаивать свою индивидуальность и автономию и одновременно идентифицировать себя в контексте взаимодействия с другими людьми. В этой главе речь идет о том, как именно отношения обуславливают выбор костюма.

Седьмая глава, «Мода: составление и нарушение правил», показывает, как женщины справляются с задачей создания модного образа – одной из многих проблем, с которыми им приходится сталкиваться в процессе выбора костюма. Я размышляю, в какой степени мода обуславливает конкретные сарториальные решения, как женщины понимают моду и как быстрая смена трендов (Vinken 2004) провоцирует неуверенность в себе. Чтобы понять, как женский гардероб соотносится с широким модным контекстом, я анализирую пару историй выбора нарядов в магазине. Меня интересует, как женщины справляются с паникой, которую провоцирует шопинг, как они используют правила сочетаемости, навязываемые модными журналами и телевизионными программами или выработанные ими самими. Кроме того, я пытаюсь показать, как те же правила превращаются в потенциальный источник инноваций и как женщины нарушают их, чтобы создать новый образ.

Восьмая глава, «„Можно я надену джинсы?“: парадный костюм и повседневная одежда», посвящена ключевому механизму, лежащему в основе любых практик, сопровождающих конструирование гардероба и облачение в костюм. Речь идет об отношениях между привычной (безопасной) и непривычной (трансформирующей) одеждой. Я пытаюсь показать, что выбор костюма подразумевает поиск баланса, с одной стороны, между тягой к творчеству и индивидуальностью, а с другой – между стремлением соответствовать ожиданиям других людей и собственными желаниями. В повседневной жизни многие элементы идентичности (например, гендерная принадлежность) воспринимаются как данность и не требуют рефлексии (Young 2005), однако те или иные социальные события (например, выпускной бал) могут стимулировать осознанное взаимодействие с ними. В подобных случаях женщины пытаются соответствовать нормативным представлениям о женственности или респектабельности (Skeggs 1997). Отдельное внимание я уделяю джинсовым нарядам, широко представленным в гардеробах информанток, поскольку популярность таких вещей тесно связана с проблемой поиска баланса между конформизмом и индивидуальностью. Я рассматриваю полученные данные сквозь призму теории социальных ролей И. Гоффмана (Goffman 1971), а также демонстрирую, как социальные мероприятия мобилизуют и актуализируют те или иные аспекты личности.

В заключении суммируются результаты исследования гардероба и идентичности с точки зрения анализа сарториального выбора. Рассматривая последний как акт успешного или неудачного конструирования идентичности, я утверждаю, что при теоретическом осмыслении моды и идентичности необходимо учитывать их амбивалентную природу. Г. Зиммель и Э. Уилсон рассматривали ее на макроуровне, я же исследую ее на микроуровне: я изучаю конкретных женщин, выбирающих, что им надеть. Демонстрируя, как амбивалентная сущность моды определяет общие, ситуативно маркированные и специфические проблемы, связанные с облачением в костюм, я размышляю об отношении женщин к моде и к медийным идеальным телесным образам. В итоге я пытаюсь переосмыслить облачение в костюм как акт конструирования идентичности, как процесс актуализации, презентации и специфического позиционирования «я» и отношений, в которые оно встроено.

## ГЛАВА 1

### *Как понять женщин и их гардероб*

Бесконечные дебаты о моде, костюме и идентичности показывают, насколько важны эти темы как на макро-, так и на микроуровне. В первом случае мода рассматривается в контексте проблем эпохи капитализма и модерности (Arnold 2001; Breward & Evans 2005; Wilson 1985), во втором – интерпретируется как способ конструирования личности. На первый взгляд кажется, что индивидуальные практики формирования идентичности и развитие урбанистических форм модерности не имеют между собой ничего общего. Однако исследователи обоих этих феноменов заняты одними и теми же вопросами, тесно связанными с амбивалентной природой идентичности: их интересуют искусственность или аутентичность внешнего облика, конформизм или новаторство, опасения или возможности индивида при выборе одежды. Напряжение между конформизмом и индивидуальностью, с одной стороны, вынуждает систему моды меняться (Simmel 1971), а с другой – побуждает женщин, пытающихся совместить самовыражение с унифицирующей нормой, создавать новые образы, исходя из возможностей своего гардероба. Причины, по которым женщины носят то, что они носят, следует рассматривать одновременно и как интимную проблему, и как масштабную дилемму сартorialной нормативности, поскольку женщина всегда старается примирить «модный идеал» (Thesander 1997) с собственным несовершенным телом. Понимание, как женщины конструируют и контролируют свою внешность, требует анализа не только конкретных ситуаций, но и их широкого социального и культурного контекстов (Kaiser 2003: 58). Социальные ожидания преломляются сквозь призму индивидуальных модных предпочтений, человеческих взаимоотношений и биографий.

Конструируя свой внешний образ, женщины учитывают самые разные факторы. В книге я постараюсь показать, как эти факторы, взятые в совокупности, обуславливают выбор наряда. Я буду анализировать проблему с разных точек зрения. Поскольку выбор костюма начинается с гардероба, сначала речь пойдет о том, что такое гардероб и как он влияет на идентичность (Levi-Strauss 1966). Чтобы понять, *почему* женщины носят то, что они носят, нужно понять, *как* они выбирают костюм. Наблюдая за тем, что они отвергают и чему отдают предпочтение, можно постичь амбивалентную природу их вкусов и опасений. В разделе «Что значит одеваться» я рассматриваю облачение в костюм как материальную, воплощенную практику. Опираясь на теорию объективации Д. Миллера, я попытаюсь понять, что происходит, когда женщины окидывают взглядом вещи в гардеробе и задаются вопросом: «я ли это?». Социальная психология (Mead 1982) и концепция «чужого взгляда» помогают понять, насколько тесно процесс облачения в костюм связан с умением смотреть на себя со стороны.

Когда женщины одеваются, они задаются вопросами «я ли это?», «могу ли я стать такой?», «соответствует ли этот образ моему подлинному „я“»? Поэтому в следующем разделе, «Что такое „я“», речь пойдет о личности» которая понимается и как дискурс, предписывающий, что должна иметь женщина, и как практика – то есть то, что женщина делает. В обоих случаях «я» интерпретируется как гендерно маркированный (Eicher 2001) и воплощенный (Entwistle 2000) феномен и осмысливается в контексте классовой (Skeggs 1997) и этнической принадлежности (Anthias 2005; Hall 2000) женщины или в связи с ее профессиональной деятельностью; именно эти факторы во многом обуславливают выбор костюма. Учитывая, что женщины также конструируют идентичность, ориентируясь на моду, в четвертом разделе, «Что такое костюм», речь пойдет об одежде как феномене материальной культуры. Опираясь на антропологические исследования и работы по истории костюма, я постараюсь показать, что физические свойства вещей неотделимы от их смыслов. Последний раздел, «Мода и амбивалентность идентичности», посвящен современной британской моде, ее влиянию на выбор

индивидуального гардероба, а также размышлению о противоречивых факторах, определяющих сарториальный выбор женщины.

### ***Что такое гардероб***

#### *Подойдет ли это?*

Гардероб – это и шкаф, в котором хранится одежда, и вся одежда, имеющаяся в нашем распоряжении. После покупки одежда большую часть времени проводит в шкафу (Swerner 2001); иногда она расползается по дому, интегрируясь в домашние потребительские практики (Gregson & Beale 2004); вещи перебираются из шкафа на стул в спальне, в бельевые корзины, под кровать, а также в гардеробы наших детей, партнеров и друзей. Подобно инвентарю бриколера (Levi-Strauss 1966), гардероб представляет собой коллекцию вещей, накопленных нами за годы жизни. Тем не менее женщины очень редко выбирают костюм буквально из всех вещей, имеющихся в их распоряжении. Принимая решение, они ориентируются на разные кластеры гардероба, сформированные на основе социального статуса вещей (например, рабочие костюмы), их функциональности (например, спортивная одежда), типа (например, брюки или рубашки), цвета, текстуры или какой-то иной категории (например, забавная одежда). Кластеры помогают структурировать жизнь и облегчают выбор наряда.

Один из главных вопросов, которые женщины задают себе, стоя перед шкафом, – это вопрос об оптимальной сочетаемости вещей. Каждый предмет одежды приобретает смысл и ценность лишь в отношении к другим (Sahlins 1976). Старая добрая красно-бежевая рубашка с цветочным принтом, может, и не представляет собой ничего особенного; однако в комбинации с новой синей джинсовой юбкой она переосмысливается как часть костюма. Текстуры, узоры и цвета меняют оттенок и яркость в зависимости от того, с чем они сочетаются (Gage 1993). В составе костюма вещи приобретают новые смыслы: цветастая рубашка, которая выглядит неказисто в сочетании с удобной плоской обувью, смотрится оригинально с джинсами и аксессуарами. Вместе с тем, задаваясь вопросом «подойдет ли это», женщины думают не только о сочетаниях расцветок и принтов, но и о том, окажется ли вещь уместной в том или ином случае. Даже если рабочий топ идеально подходит по цвету к новой юбке, он может не подойти для встречи с друзьями в клубе. Таким образом, кластеры гардероба частично перекрываются.

Кластерная организация гардероба позволяет не тратить много времени на выбор костюма; женщины точно знают, какие вещи легко комбинируются. Такой подход удобен с точки зрения прагматики, но у него есть и минусы. Купив новый топ и пытаясь найти что-то подходящее к нему в уже имеющемся гардеробе, женщина слишком часто приходит к выводу, что ей нечего надеть. Временами представления о приемлемой сочетаемости излишне категоричны; в этом случае с появлением новой вещи весь гардероб утрачивает адекватность. Г. Мак-Кракен (McCracken 1988) замечает, что иногда «идеально дополняющие друг друга вещи» препятствуют нововведениям, не вписывающимся в концепцию нормативной сочетаемости. Мак-Кракен ссылается на пример Дидро, которому подарили алый халат, рядом с которым все остальные вещи выглядели скверно, так что их пришлось заменить. Запрет сочетать те или иные вещи зачастую оказывается важнее позитивных предписаний, и в итоге женщины все время покупают и носят одну и ту же одежду.

### ***Эта юбка – «я»?***

Вопрос «подойдет ли это» неизменно подразумевает вопрос «я ли это», поскольку определенные стили, цвета и текстуры постепенно складываются в образ, соответствующий самоопределению женщины – знанию, кто она такая и кем может стать благодаря костюму. Хотя мы обычно покупаем товары массового производства, ассортимент конкретного гардероба всегда

уникален, а базовые вещи висят в шкафу рядом с экстравагантным платьем, позаимствованным у подруги или подаренным тетей. Кроме того, по мере носки вещи аккумулируют в себе воспоминания и персональные смыслы. Именно процесс владения одеждой, опыт долгого взаимодействия с ней придает уникальность ширпотребу (Corytoff 1986: 61). История вещей и способы их сочетания делают каждый гардероб особенным. Речь идет не просто о предпочитаемых женщиной цветах и трендах, но о ее индивидуальном стиле, об «эстетическом изменении ее личности» (Gell 1998: 157). Гардероб позволяет женщине увидеть разные ипостаси собственного «я» – свои прежние образы, фантазии, профессиональные амплуа. Все разнообразие «личности» «распределяется» (Ibid.: 21) между висящими в шкафу вещами.

Таким образом, гардероб можно рассматривать как репрезентацию личной эстетики, опираясь на которую женщины изо дня в день конструируют наряды. Создавая эти своеобразные произведения искусства, они пытаются убедить других в своей неповторимой индивидуальности. Так, черная кожаная юбка может интерпретироваться как маркер сексуальности и шика. Выбранный удачно наряд становится продолжением человека, его тело, одежда и личность сливаются в единое целое. Ж. Бодрийяр (Baudrillard 1981: 118) так говорил о коллекционерах произведений искусства: ценитель должен верить, что «он сам приравнивается к картине»<sup>1</sup>. Женщине, выбирающей модный топ, недостаточно просто думать, что она шикарна; надевая этот топ, она должна и выглядеть, и вести себя соответственно. Особенно остро это ощущается при взаимодействии костюма с телом, поскольку приходится прикидывать, подходит ли то для искомого наряда. Женщина, желающая одеваться модно, должна не только носить правильные обтягивающие серые джинсы-дудочки, но и обладать узкими бедрами, которые хорошо в них смотрятся.

Женское представление об адекватном костюме обусловлено как внешними факторами, например модой или социальными ожиданиями, так и «окаменелыми свидетельствами истории индивида» (Levi-Strauss 1966: 22)<sup>2</sup>. Персональная эстетика формируется на протяжении жизни в процессе социализации женщины и развития системы ее личных предпочтений. Эта эстетика, зачастую будучи прочно сложившейся, открыта тем не менее для изменений. По мере того как вкусы и образ жизни меняются, старые вещи, задержавшиеся в гардеробе, напоминают, кем их хозяйка была раньше (Banim & Guy 2001), или заставляют задаться вопросом, сможет ли она снова стать такой. Смена вкусов стимулирует покупку новых вещей, старые становятся ненужными; женщина разбирает гардероб и решает выбросить или сохранить вещи, которые она больше не носит. Так одежда стимулирует воспоминания и автобиографические рефлексии. Скверные воспоминания выбрасываются вместе с одеждой, а успешные «былые „я“» остаются в шкафу. Таким образом, разбор гардероба позволяет женщине взаимодействовать с собственной жизнью и активно конструировать автобиографию с помощью одежды. Э. Гидденс (Giddens 1991) полагает, что персональные нарративы помогают добиться ощущения стабильности «я» в хаосе повседневной жизни. Приводя в порядок гардероб, женщины упорядочивают жизнь и автобиографию, осмысляя тем самым свою идентичность.

Гидденс видит процесс упорядочивания личной биографии как четкую хронологическую прогрессию с завершенным прошлым, актуальным настоящим и желанным будущим. Это позволяет понять принцип сортировки гардероба. Однако сама способность вещей служить внешними носителями памяти устроена гораздо сложнее и не укладывается в рамки прямой хронологии. Например, мы выбрасываем ценные, но уже слишком ветхие предметы одежды, то есть факт их порчи препятствует нашему желанию сохранить память. Способность одежды аккумулировать воспоминания и былые «я» обусловлена сенсорными материальными свойствами

<sup>1</sup> Русский перевод цит. по: Бодрийяр Ж. К критике политической экономии знака / Пер. с фр. Д. Кралечкин. М.: Академический проект, 2007. С. 154.

<sup>2</sup> Русский перевод цит. по: Леви-Стросс К. Первобытное мышление / Пер., вступ. ст. и прим. А. Б. Островского. М.: Республика, 1994. С. 130.

текстиля: когда женщина прикасается к вещи, тактильные ощущения помогают ей вспомнить и воссоздать прошлое. Иногда, разбирая гардероб, женщина обнаруживает там вещь, о существовании которой она забыла, и решает подарить ей новую жизнь. В этом случае старые вещи комбинируются с новыми, и прошлое не остается в прошлом, как это происходит в конвенциональной биографии (Ibid.); оно становится настоящим.

### *Что значит одеваться*

К. Хансен (Hansen 2004b) замечает, что, покупая вещи на вторичном рынке, мы сообщаем им новые смыслы. Нам не кажется, что такая вещь имеет собственную биографию; вместо этого мы сообщаем ей новую идентичность. Такая одежда определяется не своим прошлым, а нашим будущим. Как отмечает Тарло (Tarlo 1996), в процессе выбора наряда из гардероба персональные нарративы, уже сопряженные с ними, также утрачивают стабильность. Прошлое может повлиять на то, куда и с чем наденут вещь, но оно не определяет ее будущую биографию. Комбинируя разные предметы гардероба или примеряясь к ситуации, для которой подбирается наряд, женщины по-прежнему активно осмысливают собственную идентичность.

Как показывают Э. Тарло (Ibid.) и К. Хансен (Tranberg-Hansen 2004), связь между идентичностью и одеждой не фиксирована и не предопределена; идентичность конструируется именно в процессе выбора и ношения костюма. Осуществляя этот процесс, женщины не рассматривают идентичность как нечто отвлеченное, не предаются философским размышлениям о сути своей личности; они определяют свою идентичность с помощью конкретных вещей. Мягкость ангоры может стать маркером женственности, а полосатый свитер или укороченные брюки – дать повод к размышлениям «я ли это?». Взаимодействие женщин с идентичностью конкретно и материально. Они видят себя сквозь призму гардероба, то есть ориентируются на внешнюю, воплощенную форму «я». Концепция объективации, заимствованная Миллером (Miller 1987) у Гегеля, позволяет понять облачение в одежду как процесс конструирования «я», который подразумевает возможность видеть «я» как внешнюю материальную форму. У Гегеля внешняя форма идеальна и мыслима, но Миллер полагает, что тот же процесс осуществляется и на уровне материальных объектов, таких как одежда. Для Гегеля объективация – один из этапов развития самосознания, на котором субъект сознает себя как «другого», как объект. Неудовлетворенность «я-как-объектом», в свою очередь, ведет к интеграции этой ипостаси в личность, которая, таким образом, меняется. То есть объективация – это «двойной процесс, посредством которого субъект экстернализирует себя в творческом акте дифференциации и, в свою очередь, реапроприрует эту экстернализацию посредством акта, который Гегель именует отрицанием» (Ibid.: 28). Опираясь на теорию Гегеля, Миллер указывает, что экстернализация «я» может осуществляться и с помощью вещей.

Согласно теории Гегеля, человек сознает свое «я», лишь позиционируя себя в качестве объекта. Костюм является репрезентацией личности, и женщины используют его, чтобы сформировать у себя ощущение «я» и понять, кто они такие. Одежда становится медиумом, с помощью которого личность может быть обнаружена и по-настоящему сотворена, поскольку для женщин одежда – это повод задаться вопросом: «неужели это я?». Принято считать, что костюм призван выразить уже имеющееся «я». Это, однако, не так. Вернее было бы сказать, что «я» конструируется и примеряется вместе с костюмом. Обращаясь к своему гардеробу и к зеркалу, женщины задаются вопросом «я ли это». Зеркало позволяет им увидеть себя со стороны, в качестве объекта. Как пишет Миллер, глядя вовне, в зеркало или на предмет одежды, женщины одновременно заглядывают внутрь себя, прикидывая, «я ли это» или «могу ли я стать такой». В процессе созерцания себя как «другого» часто участвует воображаемый взгляд окружающих или некий обобщенный внешний взгляд (Edholm 1992), поскольку женщины в принципе видят

себя объектом, на который предполагается смотреть (Young 2005: 43), или рассматривают себя сквозь призму чьего-то конкретного взгляда.

Таким образом, идентичность женщины всегда относительна, а способы, определяющие, как она смотрит на себя, зачастую intersubjectны. Мид утверждает, что самосознание возникает как «осознание себя по отношению к другим» (Mead 1982: 46). Наблюдая за реакцией «других», «я» принимает форму объекта, третьего лица. Мид предполагает, что, рассматривая себя как объект, «я» пытается увидеть себя чужими глазами» (Ibid.: 102). Кайзер использует эту идею, анализируя, как женщины выбирают одежду в торговых центрах. Она замечает, что, «делая покупки, женщины каждый раз вступают в диалог между „я“ и „я-как-другой“» (Kaiser 2003: 152). Выбирая одежду из гардероба, женщины ведут такой же диалог между «я»-объектом и «я»-наблюдателем: глядя на свое отражение в зеркале, они пытаются представить, как их видят другие. Примеряя наряды, они рассматривают каждый из них сквозь призму конструируемых воображаемых взглядов.

Финальную стадию процесса выбора костюма, облачение в него, можно описать как заключительный этап объективации по Миллеру; на этом этапе «я-как-объект» реинтегрируется в «я». Если женщина понимает, что костюм совпадает с ее личностью, зазор между человеком и одеждой исчезает, и владелица костюма чувствует себя в нем комфортно. Если женщина хорошо выглядит и чувствует себя в одежде, это подразумевает соответствие между желаемым образом и надетой на тело вещью. Следует учитывать, однако, что ключевой составляющей процесса объективации является отделение субъекта от объекта, поэтому здесь всегда есть место неудаче: может статься, что человек не сможет соответствовать своему костюму или костюм предаст своего владельца. Женщина купит топ с открытой спиной, чтобы выглядеть элегантно, но постесняется носить его, то есть не сумеет по-настоящему стать такой изящной и шикарной, как ей хотелось бы. Вероятность ошибки очень велика; неудивительно, что процесс выбора наряда вызывает столько беспокойства. Неудача обусловлена не только внешними обстоятельствами; одеваясь, женщины часто перебирают несколько нарядов, опираясь на представление о себе, на знание, кто они и как могут выглядеть. Затем они смотрятся в зеркало лишь для того, чтобы понять, что обманулись, и образ в зеркале не соответствует их личности; это происходит, поскольку они сравнивают свое отражение с идеализированной версией «я», с картиной, нарисованной их воображением. Стоя перед зеркалом, женщины определенно не занимаются свободным самовыражением. Вместо этого они переживают череду неудачных попыток найти себя.

### *Что такое «я»*

До сих пор личность рассматривалась с точки зрения вовлеченности ее в процесс выбора костюма. То есть «я» понимается здесь не как универсальный психологический феномен, который выражает себя с помощью одежды, а как некая сущность, которую женщины ищут, примеряют и конструируют в рамках материальной, овеществленной практики. Последняя всегда специфична для каждой женщины, чье самоощущение варьируется в зависимости от социального положения, рода занятий, этнической или религиозной принадлежности. Эта практика, однако, осуществляется не в вакууме; женщины взаимодействуют со своей идентичностью в контексте особого дискурса о «я», интегрированного в историю и культуру западного мира. В этом разделе мы поговорим о принятой на Западе концепции личности и о ее влиянии на sartorialные практики.

Сложный характер отношений между личностью и внешним обликом просматривается уже в этимологии слова «человек», восходящего к греческому слову, означающему «маска» (Mauss 1985). Как указывает М. Мосс, это слово также может означать сценическую роль, личность и фрейм; те же значения есть и у латинского слова *persona*. Помимо этого,

Мосс замечает, что персонаж у римлян отчетливо ассоциировался с маской, противопоставленной внутреннему «я». А. Напье (Napier 1985) указывает, что представление о различии между этой предьявляемой миру маской и реальным человеком восходит ко временам Римской империи. Онтологическая дифференциация между подлинной сущностью человека и его преходящей и ложной внешностью конкретизируется в эпоху Средневековья (прежде всего, у святого Августина), когда маска утрачивает связь с внутренней сущностью (Ibid.: 14). В результате этой онтологической подвижки поверхностное начинает пониматься как лишенное значимости. Подлинное аутентичное «я» описывается в терминах метафизики, и, соответственно, вопросы, связанные с внешностью и телом, мыслятся как несущественные.

Подкрепленная исторической традицией, эта интерпретация, наряду с постпросвещенческими дихотомиями рациональности/иррациональности и разума/тела, актуализировалась в дебатах, сопровождавших развитие общества потребления; важную роль играла в них гендерная тематика. Представление о моде как легкомысленном, эфемерном и феминизированном феномене зародилось в западной капиталистической рыночной системе обмена. В. Де Грация и Э. Ферлаф (De Grazia & Furlough 1996) пишут, что в начале XVIII века сформировалась особая модель потребления, характерная для буржуазного домохозяйства; она предполагала исключение женщин среднего класса из сферы наемного труда. На протяжении XIX века считалось, что женское занятие – это украшение себя и дома (Auslander 1996). Наемный труд окончательно стал мужским делом, при этом заработная плата рассчитывалась с учетом того, что мужчины содержат семью и детей; роль женщин в обеспечении и социализации ребенка оставалась незамеченной. Следствием этой умышленно искаженной оптики и отсутствия концептуального интереса к экономике домашнего хозяйства и потребления стала традиция привязывать заработную плату к прожиточному минимуму, чтобы препятствовать женскому расточительству (De Grazia & Furlough 1996). Невидимость женщин усугублялась представлением о публичной жизни как принципиально отдельной от профессионального или домашнего пространства; последнее ассоциировалось с областью приватного и с частной жизнью. Разделение труда стало еще более жестким в начале XX века с изобретением роли «мужчины-кормильца» (Ibid.) и с развитием пристального интереса к «искусству быть женщиной» (Wilson 1985: 123). Ценность женщины определялась ее умением хорошо выглядеть, мужчинам же отводилась роль созерцателя (Berger 1972). Забота о внешности, однако, не имела ничего общего с досугом или игрой: связанные с этим практики в действительности были «изнурительной работой» (Wilson 1985: 122).

Зарождающееся общество потребления со временем стало рассматриваться как феминизированное; предполагалось, что стоимость здесь, в отличие от сферы производства, иллюзорна. Впоследствии эта дихотомия сопрягалась и с другими моральными оппозициями. В частности, феминистская критика моды и макияжа настаивала на необходимости отказа от ложной маски женственности (Daly 1979) ради выявления и утверждения подлинных женских ценностей; утверждалось, что существует глубинная «сущность женского „я“», противостоящая «навязанным патриархальным обществом маскам, требующим самоотрицания» (Ibid.: 27). Как пишет Дж. Холлоуз (Hollows 2000), при таком подходе допускается, что подлинное «я» может существовать вне культуры. Учитывая, что человек определяется во многом именно своим местом в культуре, призыв вернуться к природе, когда речь заходит о моде и макияже, выглядит парадоксально. По наблюдению М. Стратерн (Strathern 1979), их неприятие подразумевает, что процесс украшения тела никак не затрагивает «я».

#### *Воплощенное «я»*

Западный дискурс предполагает, что «я» бестелесно и нематериально. В рамках феноменологического подхода (Merleau-Ponty 1974) дихотомия разума и тела подвергалась критике; тело позиционировалось здесь как экзистенциальная основа восприятия, культуры и

самосознания. В рассуждениях о моде без тела не обойтись, ведь именно для него предназначен костюм; соответственно, моду следует рассматривать как «ситуативную телесную практику» (Entwistle 2000: 4), как одну из московских техник тела. Забота о теле определяет выбор гардероба, поскольку женщины думают прежде всего о том, как ощущается одежда, достаточно ли топ мягкий, а куртка – теплая. Одежда влияет на то, как женщины двигаются. Умение одеваться и носить одежду – телесный навык (Entwistle & Wilson 2001), а потому непривычно высокие каблуки лишают женщину устойчивости. Тактильные свойства одежды, то, как она ощущается на коже, как позволяет двигаться, влияют на женскую идентичность; так, например, те же высокие каблуки помогают привычной к ним даме почувствовать себя элегантной или уверенной. Ее самовосприятие непосредственно связано с физическими ощущениями: ноги кажутся длиннее, спина выпрямляется. Важно также, как тело смотрится со стороны. Ухмылка прохожего может поколебать уверенность женщины, которая до этого легко шагала на высоких каблуках. С образом собственного тела женщины взаимодействуют и в одиночестве, стоя перед зеркалом, поскольку в это время они не только размышляют, нравится ли им новая юбка, но и прикидывают, не делает ли она ноги слишком короткими, а зад слишком большим.

Телевизионные программы, пресса и реклама пропагандируют идеальный образ тела, не имеющий ничего общего с реальностью. Неудивительно, что женщины склонны оценивать себя критически. Социум требует от женщин хорошо выглядеть (Berger 1972), и это подразумевает наличие не только правильного костюма, но и правильного тела под ним. Закрепленные культурой нормы женственности и красоты определяют параметры идеального тела, а также учат, как их добиться. Для современных концепций феминизма характерно осознание перформативной природы гендера, тесно сопряженной с нормативными ожиданиями, – идея, которая во многом восходит к работам Дж. Батлер (Butler 1990; Butler 1993). В понимании Батлер мода – один из инструментов реализации гендерной роли. Перформативный процесс диктуется социальными представлениями о правильном дресс-коде; соответствуя им, женщины одновременно и следуют норме, и закрепляют ее. Рассматривая женскую идентичность с позиции Батлер, можно сказать, что индивиды одновременно и подчиняются ожиданиям, и субъективируются ими (Butler 1993: 535), поскольку нормативность также предоставляет женщинам потенциальные возможности для агентности.

А. Янг (Young 2005), ориентируясь на концепцию Батлер, пытается понять, как женщины вписываются в упомянутые нормы с помощью повседневных материальных практик. В книге «Бросать, как девчонка» она показывает, что движения женского тела обусловлены социальными представлениями о женственности. Исследуя обычные телесные практики, Янг замечает, что женщины интериоризируют гендерные нормы, научаясь смотреть на свои хрупкие тела отстраненно, как будто извне (Ibid.). Во время полевой работы я наблюдала, как социальные нормы и идеальные образы влияют на микропрактики тела: предполагается, что женщины должны питаться, наряжаться и двигаться в соответствии с канонами женственности. Постоянно воспроизводящиеся и вездесущие образы феминного идеала гомогенизируют и нормализуют юное стройное тело (Bordo 2003: 24–25). Единообразие идеала противоречит разнообразию телесных форм, и женщины в большинстве своем чувствуют, что их реальные тела не соответствуют канону.

Невзирая на то что идеализированное модное тело гомогенно и унифицировано (Ibid.; Thesander 1997), его образ, однако, не влияет на всех женщин одинаково. Далекое не каждая беспокоится, соответствует ли ее тело эталону красоты. Тело не просто пассивный объект, конструируемый социальными нормами. Говоря словами С. де Бовуар (Beauvoir 1997), тело – это ситуация, которая инкорпорирует воплощенные намерения женщины, ее агентские функции, а также социальные нормы и ограничения. Т. Мои поясняет: «Подобно тому как мир постоянно создает меня, я постоянно сама создаю себя такой, какая я есть» (Moi 2005: 74). Тело-как-ситуация – это «то, как восприятие тела, его социальная и материальная среда соотносятся

с проектом личности. Она понимает, что двигается неуклюже, когда ощущает желание танцевать» (Young 2005: 16). Социальные нормы могут ограничивать, однако они же являются теми «обстоятельствами, в которых находится место свободе» (Moi 2005: 74).

Таким образом, нормативные представления о красоте могут и ограничивать, и даровать силу, в зависимости от «проекта» женщины. Читая книгу в одиночестве воскресным утром, женщина вряд ли заботится о том, чтобы выглядеть идеально. Однако пытаясь устроиться на работу в модный журнал или заполучить в мужа футболиста, та же женщина, в рамках своего «проекта», может взглянуть в зеркало и увидеть, что ее зад слишком плоский, на лице полно морщин, а походка в новых туфлях выглядит неуклюже. Говоря словами де Бовуар, именно содержание «проекта» женщины определяет, будет ли она оценивать собственное тело по идеальным критериям.

#### *Ситуативное «я»*

Будучи ситуацией, тело, о чем также упоминала де Бовуар, в свою очередь, предстает ситуативной составляющей разнообразных социальных контекстов, таких как класс (Skeggs 1997), этническая принадлежность (Kahn 1993), семейное положение (Hollows 2000), род занятий (Entwistle 1997), пол и сексуальность. Эти категории пересекаются: «если некто „является“ женщиной, это, разумеется, не все, чем некто является» (Butler 1990: 3). Б. Скеггс (Skeggs 1997) утверждает, что класс, этническая принадлежность и гендер – это параметры идентичности, обеспечивающие личности доступ к ресурсам и определенному образу жизни. Опираясь на понятие капитала в интерпретации П. Бурдьё (экономические и образовательные ресурсы, принадлежность к той или иной культуре), Скеггс утверждает, что все упомянутые выше категории представляют собой «отношения, в рамках которых капиталы организуются и оцениваются» (Ibid.: 9).

Изучая образ жизни белых женщин из рабочего класса Северо-Западной Британии, Скеггс (Ibid.) подчеркивает, что те не стремятся быть яркими индивидуальностями; они хотят соответствовать и выглядеть респектабельно; они не свободные, автономные и независимые личности, они «живут вовне, на публику, поскольку их субъектность порождается социальным контекстом и существует ради него» (Ibid.: 163). Их субъектность обретает зримость и конструируется в отношениях с другими людьми и в процессе выполнения социальных обязанностей. Представления о себе по-разному зависят от пола, класса, профессии и семейного статуса и не обязательно обусловлены буржуазным проектом личности, который описывает Гидденс (Giddens 1991).

По словам Скеггс (Skeggs 1997; Skeggs 2004), класс является ключевым структурирующим фактором для исследования вариантов женской идентичности и их взаимодействий. Осознание этих взаимодействий очень важно для противодействия эссенциалистским представлениям об идентичности, сводящим последнюю к одному ключевому аспекту, например к классовой, этнической принадлежности (Hall 2005) или к сексуальности. Собираясь в клуб, лесбиянка может подчеркнуть свою сексуальность, одеваясь в соответствии с ожиданиями сообщества (Holliday 2001; Munt 2001). Однако та же женщина обладает и другими идентичностями, определяемыми ее профессией или семейным воспитанием, поэтому ее идентичность невозможно исчерпывающе описать, ориентируясь на костюм, который она надевает в одном специфическом случае. Ф. Антиас (Anthias 2005) утверждает, что личность человека не поддается исчерпывающему прочтению, даже если принимать во внимание целый ряд его социальных ролей. Разные виды идентичности специфичны для определенных локаций, определенного времени и пространства (Ibid.: 43). Личность женщины зависит от социального положения или семейного статуса; важно, однако, что эти категории реализуются в конкретных обстоятельствах. Кайзер описывает идентичность как спектр индивидуальных характеристик, определяющих личность в заданном контексте (Kaiser 2003: 186). Одежда как раз и ста-

новится инструментом, с помощью которого женщины конструируют свою индивидуальность в соответствии с обстоятельствами. Азиатка, живущая в Британии, может надеть сари по случаю семейного свадебного торжества, желая подчеркнуть свою этническую принадлежность и семейный статус. На следующий день, собираясь на ланч с коллегой, она не захочет идентифицировать себя подобным образом. Иными словами, идентичность зависит в равной степени и от социального положения женщины, и от ее осознанного выбора.

### *Социальная личность*

Тезис об исторической обусловленности гендерно маркированного «я» подразумевает, что личность и самосознание – не чисто внутренние психологические категории, они возникают в определенных социальных контекстах. Хотя абстрактные представления о личности и самоощущении имеются в каждой культуре (Carrithers 1985), на деле «я» принимает специфическую форму лишь в историческом и социальном контексте. Признание важности этих социальных конструкций не означает, однако, что социальное первично по отношению к «я». Антропология, которая рассматривает индивидов как репрезентации неких категорий или ролей, предписываемых социальной структурой (Leach 1970; Levi-Strauss 1969), не оставляет места индивидуальному конструированию личности. Индивид сводится здесь к частному воплощению категорий культуры. Вместе с тем, говоря о женщинах и их сарториальном выборе, важно не бросаться в крайности; ошибочно полагать, что психологическая индивидуальность и субъектность полностью доминируют над культурными конструктами и категориями. Именно поэтому мое исследование сосредоточено на взаимоотношениях между индивидуумом и социальным контекстом, в рамках которого реляционное «я» конструируется с помощью выбора костюма. Социальные контексты имеют структурирующие, но не детерминирующие функции. Тарло (Tarlo 1996) демонстрирует это в этнографическом исследовании сарториальных дилемм в условиях жесткой кастовой дифференциации, принятой в сельских районах Индии. Исследовательница показывает, как преодолевается традиционная связь между кастой и костюмом. Иначе комбинируя предметы гардероба, люди отказываются от прежних идентичностей и обретают новые. Кастовый статус – не единственное, чем можно руководствоваться при подборе костюма; решение определяется также возрастом, семейным положением и происхождением (например, (не)принадлежностью к городской элите). Выбор одежды ограничен специфическими социальными ожиданиями, но и здесь имеются возможности для проявления индивидуальной агентности, и манипуляции с гардеробом этому способствуют.

Даже когда мы фокусируемся на личности и ее биографии, необходимо понимать, что мировоззрение людей во многом зависит от их социализации. Личность прочно встроена в культурный контекст, и социальное измерение актуализируется лишь в индивидуальных практиках. Бурдьё, излагая концепцию «габитуса» (Bourdieu 1977), описывает баланс между социальными конструкциями и индивидуумом как равновесие между структурой и агентностью. Габитус – это «система прочных перемещаемых диспозиций, которая, интегрируя прошлый опыт, каждый раз функционирует как матрица восприятий, оценок и действий» (Ibid.: 83).

Габитус тесно связан с социальным статусом, обусловленным разными факторами: образованием, происхождением, экономическим положением. Структурированные диспозиции опосредствуются семейным воспитанием. Таким образом, женщины могут иметь заранее заданные сарториальные и вкусовые предрасположенности; те, однако, могут меняться, и женщины способны создавать новые костюмы с помощью уже имеющегося у них гардероба или покупать новую одежду.

И предпочтения, и однажды привитый вкус обусловлены как индивидуальными, так и социальными факторами, взаимодействующими друг с другом в контексте практик социализации; то же происходит каждый раз, когда женщина одевается, поскольку в этом случае ей

приходится увязывать нормативные идеальные образы с индивидуальными предпочтениями и реальными телесными формами. Облачаясь в костюм, женщина размышляет, соответствует ли он ее возрасту, статусу и роду занятий и подходит ли к конкретному случаю; эти соображения подкрепляются интуицией: надев костюм, женщина должна почувствовать себя собой. Одеться означает сконструировать себя с помощью социально приемлемых сарториальных практик. Представления об избранной роли и связанных с ней ожиданиях сопрягаются здесь с вещами, непосредственно касающимися тела; природа таких отношений не исчерпывается социальными связями. Стремясь соответствовать внешним нормам, женщина беспокоится о том, как выглядит ее тело, поскольку смотрит на себя чужими глазами. Выбор костюма превращается в процесс конструирования «социального индивида» (Mead 1982: 102). «Я» в этом случае открывается взглядам и конкретного, и обобщенного «другого»: одеваясь, женщины всегда занимают позицию наблюдателя, смотрящего на себя со стороны. Их «я» имеет социальную природу, поскольку конструируется с учетом чужого взгляда, а также ранее усвоенных и интериоризованных социальных ожиданий. Понятие интериоризации объясняет многие спонтанные решения, которые женщина принимает при выборе костюма.

И все же, как пишет Мид, не существует двух людей, одинаково конституирующих социальное, поскольку «я» не поддается познанию (будучи познанным, оно превращается в «ты»); здесь по-прежнему есть место для спонтанности и индивидуальности. Социальное – это уникальное сопряжение разных факторов, таких как класс, род занятий, местонахождение, пол и семейное положение. Социальное и индивидуальное пребывают в интегративных взаимоотношениях; никакой отдельной реальности, предшествующей социальным ожиданиям или ролям или отличной от них, попросту не существует. Социальные ожидания реализуют себя в индивидуальных действиях, поскольку повседневное поведение «есть подражание правилам приличия, отклик на образцовые формы поведения других, и исходное усвоение этих идеалов принадлежит скорее воображению, чем реальности» (Goffman 1974: 562)<sup>3</sup>. Стандарты, предписанные культурой, являются неотъемлемой частью повседневной реальности. Не существует подлинного «я», отдельного или предшествующего всему остальному, оно создается и осуществляется посредством уникальных действий в контексте культуры. И. Гофман описывает «я» как «изменяемую формулу, которая определяет поведение в <...> событиях» (Ibid.: 573)<sup>4</sup>.

### *Что такое костюм*

Учитывая, что «я» не тождественно ни социальному конструкту, ни уникальной внесоциальной индивидуальности, я в этой книге буду говорить главным образом о том, как женщины используют гардероб, чтобы менять себя и взаимодействовать с самими собой. Материальная природа вещей позволяет человеку конструировать себя определенным образом, и одежда служит женщинам отнюдь не только для «коммуникации» (Barthes 1985; Craik 1993) с другими людьми. Неверно также, что костюм является исключительно репрезентацией подлинного внутреннего «я». Подход, близкий моему взгляду на гардероб, применялся и к архитектуре; речь идет о парадоксе белой стены (Wigley 1995), которая часто воспринимается как нейтральная, позволяющая увидеть «реальную» конструкцию здания. М. Уигли (Ibid.) пишет, что Ле Корбюзье, задумав кардинально реформировать модернистскую архитектуру, уделял пристальное внимание окраске стен еще до того, как подступался к внутренней конструкции строения. Поверхность, видимый образ здесь мыслятся ключевыми атрибутами объекта, обу-

---

<sup>3</sup> Русский перевод цит. по: Гофман И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта / Пер. с англ. под ред. Г. С. Батыгина и Л. А. Козловой; вступ. ст. Г. С. Батыгина. М.: Институт социологии РАН, 2003. С. 680.

<sup>4</sup> Русский перевод цит. по: Гофман И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта / Пер. с англ. под ред. Г. С. Батыгина и Л. А. Козловой; вступ. статья Г. С. Батыгина. М.: Институт социологии РАН, 2003. С. 33.

словливающими его трансформацию. То же происходит и с одеждой: тот или иной предмет гардероба не выражает внутреннее «я» владельца, но стимулирует его характерологические и поведенческие модификации; сшитый на заказ дорогой костюм пробуждает к жизни сильную и уверенную в себе женщину.

Итак, изменить себя с помощью костюма возможно. Однако костюм, в свою очередь, может и не произвести желаемого эффекта. Как отмечает Уигли (Ibid.), белая краска Ле Корбюзье отшелушивалась от стен, а вместе с ней исчезала иллюзия технологического модернизма. Подобное случается и с одеждой: если каблук туфли сломается, элегантный образ распадется. Одежда не просто выражает индивидуальность, которую человеку хочется обрести. Хорошо известно, что наша способность свободно выражать свою идентичность сдерживается социальными ограничениями (Bourdieu 1977). Однако сказанное выше выводит само понятие ограничения на другой уровень, бросая явный вызов постмодернистскому представлению, согласно которому «каждый может быть кем ему вздумается» (цит. по: Featherstone 1991: 82). Одежда всегда может предать своего хозяина – и вот уже туфли на высоких каблуках, которые должны были добавить женщине сил и уверенности, сбивают и натирают ей ноги.

Если костюм не выполняет возложенную на него задачу, и между ним и его владелицей возникает эстетический диссонанс, одежда начинает казаться чем-то внешним по отношению к ее обладательнице. В таких случаях женщина чувствует себя в костюме неловко. Объективация, в понимании Миллера, оказывается незавершенной. Однако если наряд подобран удачно, человек и костюм сливаются в единое целое, поскольку в этом случае, как пишет А. Гелл (Gell 1998), одежда становится продолжением «я». Отсутствие четкой границы между объектами и людьми просматривается в разных культурах. Дж. Лафонтен (La Fontaine 1985) приводит в пример четыре сообщества (в Гане, Уганде, Кении и Высокогорной Новой Гвинее), для которых характерно представление о людях как о «сложных созданиях... состоящих из материальных и нематериальных элементов» (Ibid.: 126). Например, в культуре гахуку-гама (Высокогорная Новая Гвинея) материальное (биологическое и вещественное) играет ключевую роль в конструировании человеческой личности. Кожа многое может рассказать о социальном статусе и характере человека. О том же пишет и Стратерн (Strathern 1979) в работе, посвященной обычаю мужчин меланезийского города Маунт-Хаген украшать тела для ритуальных церемоний. Стратерн подчеркивает, что их тщательно продуманный макияж не является маскировкой в нашем смысле; это не попытка скрыть свою идентичность, а, напротив, ее демонстрация: внутреннее здесь «выносится наружу» (Ibid.: 249). Свойства личности выставлены напоказ и покрывают тело; в обычных случаях, когда «я» не служит объектом для презентации, эти свойства скрыты «под кожей как потенциальное измерение личности» (Ibid.). Опираясь на пример, приведенный Стратерн, можно сказать, что в моей работе одежда рассматривается как средство, также позволяющее женщинам «вынести наружу» те или иные аспекты «я».

Этому способствует многослойность костюма (Young 2001), сочетание вещей в разных комбинациях. Подобно многослойности человеческой кожи, где лишь один слой – дерма – считается подлинным, одежда также многослойна. Розовый топ, который женщина надевает под рабочий костюм, может быть именно той вещью, которую она ассоциирует с собой-настоящей. Сочетая разные слои и комбинируя предметы гардероба, можно аккумулировать разные аспекты личности в одном наряде: например, предстать одновременно уверенной профессионалкой и сексуальной женщиной. Личность, репрезентирующая себя с помощью одежды, может быть внутренне противоречивой. Напье открыто противопоставляет христианские культуры пантеистическим, которым присущ «политетический подход к личности» (Napier 1985: 28). Множественность «я» не считается там чем-то деструктивным: маски ассоциируются с разными психологическими состояниями, гранями личности и духовными энергиями. На примере индуизма и традиции ношения масок на Бали Напье показывает, как маски связаны с амбивалентной природой человека, которая актуализируются посредством ритуалов.

На Западе это читалось бы как намек на множественность репрезентаций личности, а не как попытка уловить принципиальную для нее амбивалентность. Наше обращение с гардеробом напоминает описанный способ взаимодействия с масками: природа одежды, предоставляющей нам возможность и выразить, и сокрыть себя, также амбивалентна. Будучи одновременно «прозрачными и темными» (Brilliant 1991: 113), маски маркируют двусмысленные отношения между поверхностным и глубинным, дают понять, что можно «обнаруживать, скрывая» (Warwick & Cavallero 1998: 133). Это позволяет предполагать, что разные детали костюма, сочетаясь друг с другом и наслаиваясь друг на друга определенным образом, актуализируют разные аспекты личности.

#### *Материальная культура и антропология костюма*

Актуализируя разные аспекты «я» с помощью костюма, женщина ориентируется среди прочего на физические свойства одежды: на то, как вещь контейнирует тело, обнажает или скрывает его, как она выглядит на свету и как ощущается на коже. Такие ощущения очень важно учитывать, если мы действительно хотим понять, как костюм конструирует идентичность; однако в исследованиях, посвященных моде и идентичности, эта тема часто находится на периферии авторского внимания. Интерес к материальным аспектам моды играет важную роль в истории костюма с момента включения ее в историю искусств в период Возрождения/раннего Нового времени (Taylor 2004). Однако до недавнего времени эта тема не служила предметом академических исследований. Л. Тейлор пишет о «непреодолимой пропасти» (Ibid.: 279) между традиционными академическими исследованиями и историей костюма; к экспертным навыкам кураторов музеев моды, в свою очередь, часто относятся с пренебрежением как к чисто эмпирическому, описательному знанию (Fine & Leopold 1993). Безусловно, до середины двадцатого века история костюма в основном укладывается в рамки истории стилей. Подобный скорее описательный, нежели аналитический подход по-прежнему отличает и более поздние исследования, важные для этой области знания (Boucher 1967; Laver 1995).

Между тем пренебрежительное отношение к эмпирическому документированию и описательным методам представляется непродуктивным: объектно-ориентированные исследования (Taylor 2002) очень полезны в тех случаях, когда их предметом оказываются носимые и живые материальные объекты, рассматриваемые в широком социальном и культурном контекстах (см., например, монографию Ли Саммерс, посвященную истории корсета: Summers 2001). Н. Таррант (Tarrant 1994) подчеркивает, что исследователю моды принципиально необходимо знания в области кроя и конструирования одежды как прививка от сугубо академического подхода, при котором изучаемый предмет «искажается и подгоняется под абстрактную теорию, не предполагающую наличия базовых представлений о свойствах ткани и конструкции костюма» (Ibid.: 12). К. Бруард (Breward 2003) также указывает на невнимание к материальным свойствам и конструкции костюма в исследованиях, посвященных системе моды; вместо этого авторы главным образом уделяют внимание тем или иным эфемерным смыслам, которые вменяются предметам гардероба.

Цель этой книги – взглянуть на одежду как на предмет материальной культуры, причем под материальностью здесь понимается прежде всего то, как одежда проживается и воплощается. Материальные отношения между телом и костюмом всегда следует рассматривать как специфические для того или иного социального контекста. Подобный подход характерен для антропологических исследований моды, таких, например, как сборник под редакцией А. Вайнер и Дж. Шнайдер (Weiner & Schneider 1989), где уделяется пристальное внимание свойствам текстиля и его способности служить маркером социальных отношений и идентичностей, воспроизводить их, обнаруживать или маскировать. Авторы вошедших в сборник статей стараются понять, как особенности текстиля – например, его проницаемость и близость к человеческому телу – соотносятся с теми или иными категориями культуры и идентичности. Особое

внимание уделяется магическим свойствам одежды: так, в Индонезии духовные ценности непосредственно вплетаются в ткань (Hoskins 1989), а в Индии люди преображаются, облачаясь в одежду, якобы наделенную магическими свойствами (Bauly 1986). Б. Кон (Cohn 1989) рассказывает о предметах одежды, в буквальном смысле воплощающих собой власть и влияние. В работах, посвященных западной моде, магический потенциал костюма не исследуется, а между тем подобные верования, связанные с одеждой, существуют и здесь. Надеваемый на интервью счастливый костюм, в котором женщина чувствует себя успешной и уверенной, топ, всегда поднимающий настроение, или худи, в котором уютно и безопасно, – все это одежда, наделяемая, в определенном смысле, магическими свойствами. Ткань, стиль или цвет одежды могут ассоциироваться с разными эмоциональными состояниями. К. Бейли (Bauly 1986) замечает, что в индийской культуре некоторые цвета стимулируют интенсивные эмоциональные состояния; в Британии красный цвет наделяется эротическими коннотациями, и соответствующая одежда позволяет ее владельцу чувствовать себя более сексуальным.

Материалы, представленные в сборнике, свидетельствуют, что именно физические свойства одежды вызывают трансформации, переживаемые ее владельцами. Это может быть цвет или текстура вещи; в более поздних исследованиях речь идет даже о волокнах ткани (Colchester 2003; Kuechler & Miller 2005; Kuechler & Were 2004). Будучи пористым и плетеным, текстиль, как показывает Бейли (Bauly 1986) на индийском материале, может, так или иначе, хранить отпечаток предыдущего владельца, в зависимости от грубости ткани и размера узлов. С течением времени и в процессе носки вещи вступают во взаимодействие со своими хозяевами и ассоциируются с конкретным периодом их жизни; часто эта связь настолько прочна, что люди могут рассказать историю своей жизни языком одежды, которую они носили. С. Бин (Bean 1989) исследует этот феномен, рассматривая биографию и политическую эволюцию Ганди как историю его гардероба. Ганди сознательно выбирал разные костюмы, в зависимости от политического контекста, однако нечто подобное делают и обычные люди в повседневной жизни. Поскольку человек обычно носит одну и ту же одежду в течение некоторого периода времени, последняя определяет его в этот период; при этом одежда стареет, она имеет свой срок жизни и свою культурную биографию (Hendrickson 1995; Renne 1995).

Одежда может состариться и умереть раньше, чем мы готовы с ней расстаться; часто именно тогда, когда одежда изнашивается, мы больше всего привязываемся к ней, поскольку она аккумулирует в себе воплощенную материальную историю нашей жизни. Со временем костюм и его владелец оказываются связаны тесными узами; вещь несет в себе «историю наших взаимоотношений, превращая саму ткань в осязаемый архив» (Weiner 1989: 52). Вещи, которые передаются от матерей к дочерям, хранятся как почитаемые семейные реликвии; если дочь решает носить их сама, они создают особую связь между ней и матерью. Одежда приобретает смыслы именно в процессе носки, поскольку телесность принципиально значима и для конструирования внешнего образа, и для обретения «сенсорного опыта ношения» костюма (Barnes & Eicher 1993: 3). М. Банерджи и Д. Миллер (Banerjee & Miller 2003) именно так описывают сари – не как статичный костюм, а как живой, противоречивый, сенсорно значимый предмет гардероба. Это исследование демонстрирует возможности осмысления материальных предпочтений одежды с учетом ее эмпирических, тактильных свойств.

Упомянутые антропологические исследования демонстрируют, что одежда всегда пребывает в некотором социальном, экономическом и политическом контексте и благодаря своим материальным свойствам выражает разные социальные категории, такие как пол (Barnes & Eicher 1993) или этническая принадлежность (Femenias 2004). Однако когда речь заходит о современной Британии, костюм часто рассматривают исключительно в контексте моды, а не в более широком социальном или культурном контексте. Даже в сборнике Вайнер и Шнайдер западная массовая мода прямо противопоставляется традиционному народному костюму (Weiner & Schneider 1989: 16). Последний наделяется глубиной и ценностью, западный же трак-

туется как нечто поверхностное и сиюминутное. Создается впечатление, что в контексте западной моды одежда утрачивает свою социальную и материальную природу. Авторы подобных работ (см., например: Barnes & Eicher 1993) фокусируются на гендерных и социальных аспектах взаимоотношений производства и ткачества; эти аспекты действительно важны, однако это не значит, что взаимодействия с одеждой как объектом потребления по умолчанию эфемерны и поверхностны. В сборнике Вайнер и Шнайдер, как и во многих других исследованиях, игнорируется тот факт, что одежда в индустриальном обществе также поддается описанию с антропологической точки зрения.

Как демонстрирует историческое исследование Р. Сеннетта (Sennett 1971), мода, одежда и внешний облик могут интерпретироваться не только как самореферентная система; их следует также рассматривать в более широком контексте, учитывающем социально обусловленные изменения представлений о внешности и самости. Подобный глубокий контекстуальный анализ характерен для большей части работ, посвященных исследованию чужих культур. В статьях и монографиях, посвященных проблемам гендера и сексуальности в Замбии (Hansen 2004a; Hansen 2004b) или культурной биографии траже, то есть костюма майя в Гватемале (Hendrickson 1995), одежда описывается как феномен, воплощающий и конституирующий культурные категории и социальные структуры. При изучении истории британского костюма также принципиально важно учитывать его культурный контекст и материальную природу. Антропологи преимущественно исследуют моду того или иного сообщества или субкультуры. Невзирая на ценность подобной оптики, она не учитывает те базовые взаимоотношения, которые связывают большую часть женщин с гардеробом и которым скорее свойственны амбивалентность и тревога, нежели стабильность и прочность. Антропологи больше заняты проблемами транснациональной циркуляции предметов модного производства, например глобализацией азиатского костюма (Niessen et al. 2003) или распространением африканской моды в Дакаре, Найроби и Лос-Анджелесе (Rabine 2002). При исследовании небольших сообществ этот контекст также учитывается, поскольку даже локальные идентичности рефлексированы и трансформируются. Мое небольшое исследование учитывает более широкие тенденции системы моды, которая, с одной стороны, эфемерна, изменчива и подвержена влиянию трендов, а с другой – утверждает те или иные сарториальные образы как приемлемые.

### *Мода и амбивалентность идентичности*

В этой книге я использую ситуативную и контекстуальную оптику антропологии и подход к одежде как к феномену материальной культуры для изучения гардеробов женщин, живущих в Лондоне и Ноттингеме. В рамках контекстуального исследования мода рассматривается как один из многих факторов, который женщины учитывают, решая, что им надеть. Взгляд на одежду как на материальный феномен необычен для работ, посвященных западному костюму. Разнообразные модные медиа имеют по преимуществу визуальную природу: это дефиле, журналы, фотографии знаменитостей, телевидение и кино. Неудивительно поэтому, что большая часть исследователей концентрируется именно на модных образах. Это наследие бартовского (Barthes 1985) анализа системы моды как комплексной системы смыслов, определяющей значения предметов гардероба. По мысли Р. Барта, мода создается журналами: настоящей одежды, предшествующей модному дискурсу, не существует. Язык журналов конструирует образы и смыслы, вуалирующие объект (Ibid.: xi): реальность моды – это реальность образа, созданного прессой. Отдавая первенство визуальному восприятию, Барт пытается осмыслить систему моды исключительно как язык, обладающий специфической грамматикой. Его последователи, однако, в большинстве случаев склонялись к эмпирическим исследованиям и методам семиотического декодирования; один из излюбленных приемов исследования моды – текстуальный

анализ содержимого модных изданий (Buckley & Gundle 2000; Evans 2000; Evans & Thornton 1989; Winship 1987).

Изобилие модных журналов и зрелищность модных показов подтверждают важность исследования модного образа. Гораздо больше проблем, однако, создает культурологическая традиция рассматривать предметы одежды как форму коммуникации (Lurie 1992), где мода интерпретируется как язык, а одежда – как слова, которые человек использует в процессе самоописания. Сведение моды к ее визуальным аспектам игнорирует важнейшие тактильные, сенсорные свойства костюма как вещи, предназначенной для ношения. Культуральные исследования уделяют преимущественное внимание поп-культуре и истории повседневности; неудивительно, что взгляд на костюм как на воплощение творческого гения дизайнера сегодня не популярен (Breward 2000). Однако отказываться от исследования конкретных предметов гардероба – значит выплескивать вместе с водой ребенка, поскольку в этом случае изучение материальной природы вещи полностью подменяется текстуальным анализом.

Задача текстуального анализа моды – понять, как, говоря языком Барта, эти образы означивают, то есть как они производят смысл. Одна из важных составляющих подхода Барта – внимание к взаимоотношениям образов. Это помогает понять, как складывается норма, поскольку разные воплощения модного идеала порождают смыслы именно в процессе взаимодействия. По мнению Б. Гюнтера и М. Вайкс, женские журналы последовательно и систематически конструируют доминирующую концепцию женственности, непосредственно связанную с телесным образом (Gunter & Wykes 2005: 95). В отличие от большинства исследователей, они отмечают связь между диктуемым прессой идеалом и отношением женщин к собственному телу. Презентация «модного идеала» (Thesander 1997) важна как означивающий контекст, который, в свою очередь, влияет на то, как женщины видят свое отражение в зеркале: оно помещается в более широкий контекст идеального тела, созданный модными журналами.

В этом контексте идеальное тело совпадает с хорошо одетым телом. Правильно одеваться, однако, не значит конформистски следовать моде. Это лишь самая простая и банальная репрезентация индивидуального модного образа. Сегодня, когда модными считаются самые разные вещи, соответствие моде зачастую предполагает способность собрать себе наряд, прибегая к компилятивной эстетике, допускающей возможность сочетания самых разных вещей: содержимого благотворительных магазинов, товаров массового производства и дизайнерских моделей. Таким образом, бремя ответственности за создание правильного модного образа ложится на индивидуума.

Все это осуществляется в контексте моды, которая далека от системности и в том, что касается презентации стилей. Традиционные представления об осуществляемой дважды в год смене гомогенных трендов не отвечают реальности просачивающейся системы моды. Исследователи больше не рассматривают моду как абстрактную систему или механизм, в котором женщинам отводится роль винтиков согласно концепции, впервые предложенной Зиммелем (Simmel 1971) и Т. Вебленом (Veblen 1899). С развитием культуральных исследований и подходов, уделяющих преимущественное внимание конструированию и трансформации смыслов, подобные иерархические гомогенные модели начали ставиться под сомнение. А. МакРобби (McRobbie 1994) и Д. Хебдидж (Hebdige 1987) в работах, посвященных субкультурным сарториальным стилям, отмечают, что основой для творческих прорывов и новаций может служить и уличная, и высокая мода. Эти тенденции, о которых пишет МакРобби, сегодня еще заметнее. Многочисленные производители модного знания – журналы, телевидение, дизайнеры и знаменитости (Entwistle 2000; White & Griffiths 2000) – в условиях, предполагающих присутствие моды во всех сферах современной жизни, возлагают на индивидуумов бремя сарториальной осознанности; и в то же время у этих претензий нет никаких устойчивых и надежных оснований.

В такой ситуации представляется уместным переходить от широкого системного анализа к исследованию внутренних дилемм индивидуума. Зиммель (Simmel 1971) отмечал, что мода предполагает противоречие между индивидуальностью и конформизмом. Он полагал, что это напряжение и лежит в основе системы моды. Уилсон (Wilson 1985), однако, переводит рассматриваемый вопрос из абстрактной плоскости в пространство внутренних дилемм и индивидуальных противоречий. Ситуация, в которой оказывается личность, взаимодействуя с модой, двусмысленна: мода предоставляет индивидууму возможности связи с его социальной группой и одновременно – средства для выражения индивидуальности. «Я» здесь и акцентируется, и нивелируется. Когда женщины выбирают, что надеть, они стараются создать индивидуальный образ, соответствующий тем или иным социальным обстоятельствам и ролям, но при этом пытаются выглядеть модно. Попытка обрести равновесие в этих подчас противоречивых обстоятельствах провоцирует беспокойство (Clarke & Miller 2002).

Беспокойство, порожаемое модой, – лишь один из факторов, который женщины должны учитывать при выборе одежды: им также приходится думать о выборе правильного костюма для своего возраста или для новой социальной ситуации. Причастность миру моды предполагает наличие определенного знания, «многознайство» (Gregson et al. 2001: 12), которое позволяет женщинам экспериментировать с новыми образами и стилями. Эти переживания и знания сложно устроены и многослойны, поскольку облачение в одежду подразумевает владение фундаментальными культурными компетенциями (Craik 1993; Entwistle 2001; Goffman 1971a; Mauss 1973). Считается, что женщины должны надлежащим образом одеваться в любых обстоятельствах: дома, на работе или когда ведут детей в школу. Таким образом, образы модного тела, представленные в журналах, всегда соотносятся с более широкими культурными ожиданиями и нормами, диктующими, например, что приемлемо носить пожилым женщинам или что рекомендуется надеть на первое свидание.

Процесс облачения в одежду требует осмысления множества ролей, которые отводятся женщинам, и взаимодействия с упомянутыми выше дилеммами и беспокойством. Поэтому я посвятила свою книгу изучению того, как женщины конструируют «я», учитывая представленные им разнообразные и часто противоречивые возможности. Среди современных культуральных исследований моды много работ о стилевой специфике субкультур. Авторы рассматривают конкретное сообщество и анализируют факторы, маркирующие принадлежность к нему. Подобные исследования сегодня переживают период бурного развития (Cole 2000; Johnson & Lennon 1999; Brydon & Niessen 1998). Все они рассматривают сквозь призму костюма одну конкретную группу людей или описывают некую основополагающую социальную идентичность, к которой, как предполагается, впоследствии присоединяются другие идентичности. Например, У. Кинан (Keenan 2001) анализирует подобным образом идентичность школьницы-мусульманки или балерины. Такой подход, без сомнения, имеет право на существование. Я, однако, собираюсь действовать иначе. Задав целью подробно исследовать, почему женщины носят то, что они носят, я учитываю все разнообразие идентичностей женщины в ее прошлом, настоящем и желанном будущем и пытаюсь понять, как эти идентичности актуализируются в тот момент, когда женщина открывает шкаф, чтобы подобрать себе костюм.

### *Заключение*

В этой главе обозначены теоретические и контекстуальные положения, опираясь на которые я постараюсь понять, почему женщины носят то, что они носят. Я ориентируюсь на ряд дисциплин и научных школ, которые, будучи продуктом междисциплинарных исследований моды и костюма, помогают также ответить и на вполне конкретные вопросы, возникающие при попытке понять, как женщины выбирают одежду. Решая, что надеть, женщины оглядываются на свои социальные роли, размышляют о своей женственности, думают о том, чтобы одеться по

моде, размышляют о своих самоощущениях, отношениях, семейном статусе. Соответственно, чтобы всесторонне проанализировать разнообразные и взаимосвязанные аспекты этого процесса, необходимо опираться на широкий круг дисциплин. В частности, следует понимать, что женщины смотрят на себя со стороны (социальная психология), что материальные свойства одежды позволяют им конструировать идентичность (история костюма, антропология), что одежда определенным образом ими ощущается (социология), а также не забывать о значимости культурного контекста (антропология).

Первая глава книги наметила круг проблем и заложила основу для эмпирических этнографических исследований, результаты которых и будут представлены в следующих главах. Особенно важны для моего анализа академические дискуссии по поводу образа идеального тела, создаваемого средствами массовой информации, о влиянии, которое он оказывает на женщин, о фрагментарности моды и ее неопределенности, а также о том, как и почему мода трансформируется на потребительском уровне. Много говорится о фрагментированном и амбивалентном статусе современной моды; действительно, деформированные и нереалистичные идеалы красоты часто с беспокойством обсуждались как учеными, так и прессой. Описывая проблемы, с которыми сталкиваются женщины, стоя перед гардеробом и выбирая для себя костюм, можно узнать много нового, если обращать внимание не только на абстрактную систему моды и ее репрезентации, но и на актуальные практики.

Стоя перед зеркалом у себя в спальне, женщины с беспокойством размышляют о моде, возрасте и нормативных идеалах красоты. Описать и проанализировать эти интимные отношения женщин с собственным телом, получить доступ к эмпирическим презентациям медийных образов можно лишь непосредственно наблюдая, как люди выбирают себе костюм. Осуществление этого выбора – ключевой этап формирования идентичности; индивидуальное и социальное, идеальное и действительное сливаются здесь воедино. Это и составляет тему моей книги. Предмет моего исследования – формирование личности с помощью костюма как феномена материальной культуры. Наблюдая и анализируя, что женщины отказываются, а что предпочитают носить, что надевают постоянно или не надевают никогда, можно понять наконец, почему женщины носят то, что они носят. В следующей главе я расскажу, как это можно сделать.

## ГЛАВА 2

### *Доступ в дом и спальню*

Чтобы понять, почему женщины носят то, что они носят, необходимо заглянуть в их приватное пространство и поговорить о том, как происходит выбор костюма. Люди обычно одеваются в одиночестве, это интимный процесс, и посторонние туда не допускаются; поэтому изучать его непросто. Мне это удалось благодаря кропотливой полевой работе: на протяжении пятнадцати месяцев я проводила с информантками формальные интервью и свободные собеседования, и между нами постепенно возникали доверительные отношения. В итоге я часто входила не только в их дома, но и в их спальни, и женщины делились со мной своими неудачами и успехами, связанными с модой. В процессе общения я понимала, как выбор костюма интегрирован в жизнь моих собеседниц, как он обусловлен их личными отношениями, характером работы, социальными связями. Хотя меня интересовала одежда, я, следуя принципам антропологического полевого исследования (Oakley 1976), старалась рассматривать гардероб в узком персональном и в широком социокультурном контекстах (Hendrickson 1995; Tarlo 1996). Это помогало глубже осмыслить разнообразные и часто противоречащие друг другу проблемы и варианты идентичности, выражающие себя посредством феноменов материальной культуры.

Полевая работа выглядела так: я сидела на полу в спальнях в домах Лондона и Ноттингема и обсуждала с их хозяйками, в каком топе они выглядят сексуальнее, а в каких джинсах – стройнее; это не очень похоже на традиционное антропологическое исследование территориально локализованных сообществ. У моего поля не было четких территориальных границ; круг информантов также не был жестко очерчен. Отчасти это обуславливалось спецификой исследования. Традиционная этнография концептуально и методологически сложилась в первой половине XX века; ученые-этнографы занимались тогда изучением сообществ, политическая, экономическая и социальная жизнь которых носила по большей части публичный характер (Evans-Pritchard 1940; Malinowski 1922). Этнографы выезжали на место, наблюдали за происходящим, а затем публиковали монографии, где анализировали собранные данные. Сегодня в Британии, однако, слишком многое совершается в доме, за закрытыми дверями. Внешний мир проникает туда с помощью интернета и телевидения (Miller 2001), поэтому домашняя жизнь – ключ к пониманию современного британского общества.

Авторы упомянутых выше работ выбирали в качестве объекта исследования группы людей, эквивалентные племени в антропологическом понимании; поэтому они уделяли особое внимание замкнутым сообществам. В истории моды их место, как правило, занимали субкультуры (Cole 2000; Hebdige 1987). В последнее время, однако, исследователи моды склонны отказываться от эмпирического описания целостных социальных групп, поскольку даже субкультурные сообщества уже не представляются им внутренне однородными (Hodkinson 2002; Holland 2004; Muggleton 2000). Авторы, рассматривающие моду с антропологической (Hansen 2000) и географической (Gregson & Crewe 2003) точек зрения, полагают, что ее ценность не фиксирована и не стабильна; поэтому исследователи уделяют больше внимания ее территориальной динамике: распределению товаров на глобальном рынке (Hansen 2000), обороту магазинов подержанных вещей (Gregson & Crewe 2003) и даже перемещению одежды в пределах дома (Gregson & Beale 2004). Гардероб плотно встроен в базовые для домашнего хозяйства процессы уборки и сортировки, которые, в свою очередь, осуществляются в контексте семейных взаимоотношений. Когда одежда перемещается из магазина в дом, когда она носится или одалживается, ее смысл и ценность меняются. Проблема отсутствия стабильности и целостной, раз и навсегда заданной идентичности обсуждается в связи с модой в статье Э. Кларк и Д. Миллера (Clarke & Miller 2002); ученые описывают моду как источник беспокойства. В

нем повинна не только мода как таковая, но и множество социальных ролей, которые каждый день приходится играть женщинам. Выбирая, что надеть, они сталкиваются с разнообразными опциями: выбирают шик, сексуальность или эксцентричность, обдумывают соответствие наряда собственному статусу, размышляют, что делать, если, например, ты женщина средних лет, бабушка или твое тело со временем изменилось. Эти противоречия, переживания и даже ограничения – лишь часть проблем, с которыми женщинам приходится ежедневно иметь дело, выбирая, что надеть. Чтобы их проанализировать, необходимо учитывать весь гардероб, имеющийся в распоряжении женщины, и, соответственно, все разнообразие идентичностей, или повседневных ролей, которые она играет или которые играла раньше.

Я использовала по большей части этнографические методы, прибегая к множеству разных приемов: подробное описание каждой вещи в гардеробе (включая информацию, извлекаемую из рассказов и воспоминаний его владелицы), полуструктурированные интервью, биографические данные, дневники одежды, а также наблюдение за тем, как женщины выбирают вещи из гардероба и как они их носят. В некоторых случаях я в буквальном смысле смотрела, как женщины подбирают наряды, как они разглядывают свое отражение в зеркале, и задавала им вопросы на протяжении всего процесса. Я составляла реестр вещей, где фиксировала их материальные характеристики, описывала (и фотографировала) разные детали, например ткань, стиль вещи, степень ее износа. Я также записывала комментарии владелиц по поводу каждой вещи: ощущения, которые вызывает ткань, соприкасаясь с кожей или в процессе движения, представления о совместимых и несовместимых расцветках, о том, подчеркивают ли наряды цвет глаз или волос хозяйки. Все это непосредственно обуславливало выбор того или иного костюма. Когда женщины решают, что надеть, сенсорные, тактильные и эстетические свойства одежды становятся очень важны. Взаимоотношения с гардеробом принципиально материальны, поэтому часто женщины не могут внятно объяснить, почему им нравится та или иная вещь. Вкусы формируются в течение долгого времени, и привязанность к определенным нарядам – результат сенсорных взаимодействий с ними. Женщины могут не отдавать себе отчета о причинах эмоционального отношения к вещам или не в состоянии вербализовать свои ощущения, поскольку подобные предпочтения – «история, ставшая натурой» (Bourdieu 1977: 78): когда наряд подходит, это кажется очевидным и естественным.

Я опиралась на «патологический» подход (Breward 2003: 64) к истории костюма, предполагающий тщательное документирование деталей кроя и конструкции вещи, а также физических следов ее износа и использования (Ginzburg 1988). Прорехи и потертости могут поведать историю брюк, которые носили до тех пор, пока те не развалились, а ценник, так и оставшийся не срезанным, может многое рассказать о коктейльном платье, надеть которое у женщины не хватило духу или не представилось случая. Историки костюма часто работают с музейными коллекциями, и исследовательские методы, к которым прибегают хранители, полезны для изучения современной моды; они позволяют компенсировать недостаток внимания к ее материальной природе, которым грешат многие академические исследования. Музейные кураторы имеют дело, в первую очередь, с материальными артефактами. Исследователи же современного костюма чаще работают с изображениями и текстовыми описаниями, и одежда в их глазах как будто утрачивает свои физические свойства. Я старалась сочетать внимание к материальной природе костюма с анализом практик ее ношения в широком реляционном и социальном контекстах.

### *Территориальный охват*

В течение пятнадцати месяцев я проводила исследования в двух городах Великобритании – Лондоне и Ноттингеме. Они заметно различаются по размерам и численности населения: население Лондона превышает семь миллионов, а население Ноттингема составляет

всего 266 988 человек (по данным переписи 2001 года). Для жителей обоих городов характерно этническое и экономическое разнообразие, которое заметнее в Лондоне, где население более мобильно: сюда приезжают не только иммигранты, но и люди из других городов Великобритании. Кроме того, Лондон – одна из модных столиц мира (Breward & Gilbert 2006); дважды в год здесь проходит одна из крупнейших недель моды. Лондон мифологизируется как средоточие экстравагантного новаторского стиля, источником которого считаются уличные рынки, такие как Камден и Портобелло. Мое исследование, однако, посвящено тому, как обычные женщины ежедневно выбирают себе одежду; и в этом контексте сходства между двумя городами важнее, чем их различия. У Ноттингема и Лондона, без сомнения, есть общие черты: в обоих городах есть улицы, где расположены главные сетевые магазины (имеющиеся в каждом городе Великобритании), а жители погружены в общий медийный контекст. Обитательницы Ноттингема и Лондона черпают знания о моде из одних и тех же журналов и телепередач и имеют сходные представления о сарториальной нормативности. Идеалы красоты, пропагандируемые модными изданиями и телевизионными программами, в равной степени занимают женщин в обоих городах.

Лондон и Ноттингем понимаются в этой книге и как физические пространства, и как информационные кластеры, то есть как особые локации, где сопрягаются воедино мода и ее многочисленные медийные ресурсы. Фильтром для них, в свою очередь, служат социальные категории, например этническая принадлежность и семейное воспитание информанток. Интерпретация образов, репрезентирующих идеалы красоты и сарториальные нормы, зависит также от социальных связей женщины и круга ее дружеского общения. Место жительства, гендерная и этническая принадлежность влияют на выбор гардероба, однако это влияние устроено сложно. Как замечает Ф. Антиас, невозможно считать чью-то идентичность, просто зная, что человек, например, белый и принадлежит к среднему классу (Anthias 2005: 37). Характер влияния социальных структур на индивидуальную идентичность всегда зависит от того, как эти структуры взаимодействуют друг с другом. Антиас утверждает, что людей можно рассматривать в контексте тех или иных социальных структур, учитывать место их проживания, этническую и классовую принадлежность; однако они наделены свободой воли, а потому способны позиционировать себя сами (Ibid.: 44). Сарториальные предпочтения и вкусы действительно обусловлены классовым и гендерным воспитанием, однако иногда в процессе выбора костюма женщины сознательно акцентируют те или иные аспекты своей идентичности. Это зависит от случая, для которого предназначен костюм. Когда женщины, подбирая наряд, принимают во внимание локацию, то это не город целиком, не Лондон или Ноттингем, а микролокация, например конкретный ресторан или клуб, мысленный образ которого женщины, одеваясь, рисуют в сознании. То же можно сказать и о предпочтениях, обусловленных гендером, классовой и этнической принадлежностью или сексуальной ориентацией. В одном случае гетеросексуальная женщина в поиске партнера будет стараться одеться так, чтобы выглядеть привлекательной в глазах мужчин; в другом – например, собираясь походить по магазинам с подругами – может выбрать наряд, подчеркивающий ее чувство стиля. Одной женщине поход по магазинам доставит удовольствие, а демонстрация нового наряда воодушевит; другая в той же ситуации будет испытывать беспокойство, поскольку в ее представлении женственность репрезентируется иначе. Таким образом, связь локации и костюма специфична и не стабильна; она меняется в зависимости от социального статуса и рода занятий его обладательницы.

Я работала в двух городах, однако фактически моим полем было микропространство женских спален и их гардеробов. Поэтому, не исследуя территориально ограниченные сообщества в традиционном для антропологии смысле, я все же работала в рамках единой территории, поскольку женщины и в Ноттингеме, и в Лондоне ориентировались на одни и те же социальные ожидания в отношении женского гардероба. Первоначально я проводила исследования в Лондоне, однако мне показалось, что особенности глобальной столицы моды (Breward et al. 2002)

могут сказаться на результатах моей работы, и я решила, что нужно собрать данные и в другом городе – в Ноттингеме. Контакты женщин, становившихся информантками, я приобретала спонтанно, поэтому состав групп, с которыми шла работа в каждом из городов, различался по числу людей, возрастному диапазону и этнической принадлежности; таким образом, о сравнительном этнографическом исследовании не могло быть и речи. Акцент, напротив, делался на единстве. В Ноттингеме я использовала связи, наработанные на первом этапе исследования в Лондоне. Свой первый контакт там я получила от бывшего модельера, и все женщины, с которыми я общалась в этом городе, в свое время были студентками, изучавшими моду или искусство. Лондонских информанток связывали родственные или дружеские отношения; женщин из Ноттингема объединяло профессиональное знание моды. Они разбирались в модных трендах и имели четкие представления о сборке костюма; работа с этой группой позволила мне оценить степень влияния такого рода знаний на индивидуальные практики. Благодаря второму полю я расширила сложившиеся за время работы в Лондоне представления о моде, ее новациях и связанных с ней знаниях.

### ***Выбор информанток: социальные сети***

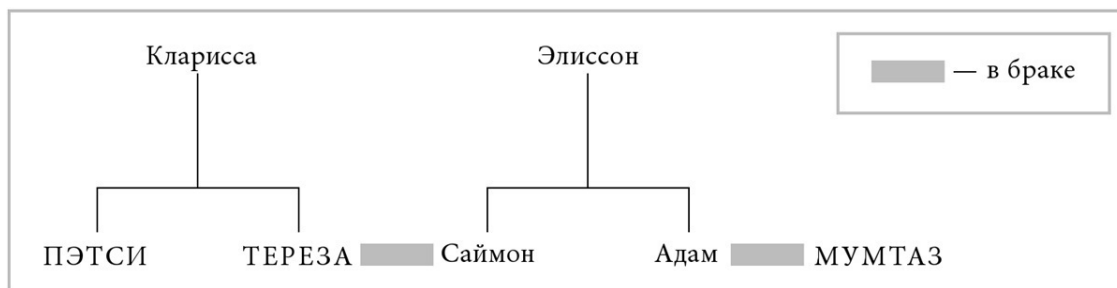
Выбирая информанток для исследования, я намеревалась провести подробный и вдумчивый анализ, а потому искала женщин, готовых уделить мне много времени. Наши собеседования затрагивали интимные темы, и вопрос о доступе в приватное пространство стоял особенно остро. Первоначально я пыталась установить контакт с информантками в публичных местах: в магазинах, на улице, в группах матери и ребенка, во время спортивных занятий, в общественных центрах; такие коммуникации, однако, не принесли большого успеха: женщины не хотели подпускать незнакомку к своим гардеробам. Методы, продуктивные для других исследователей, добивавшихся доступа в дома информантов – например, при изучении этнографии улицы (Miller 1998), – мне как молодой женщине, проводившей исследование в одиночку, не подходили. Решить эту проблему удалось, используя сети собственных социальных связей в Лондоне и Ноттингеме. Я получила доступ к информанткам, задействовав личные контакты. Как только одна женщина становилась участницей исследования, она превращалась в гейткипера и знакомила меня с другими людьми. В результате я с самого начала изучала женщин, так или иначе знакомых друг с другом: друзей, коллег, членов одной семьи; это помогло понять, что дружеские и семейные отношения всегда оказывают влияние на идентичность, конструируемую с помощью костюма (Stanley 1992).

Подбор информанток методом «снежного кома» способствовал установлению доверительных отношений с ними. Мне был необходим тесный контакт, близкое знакомство, чтобы женщины не испытывали дискомфорта, рассказывая (или даже показывая), что они больше не влезают в старые джинсы. Поэтому я решила, что буду работать с небольшим кругом информанток, но проведу с ними как можно больше времени, чтобы завоевать их доверие. С. Уолман (Wallman 1984) в новаторской работе, посвященной анализу лондонских домохозяйств, опиралась на эмпирическое исследование восьми домов; она пыталась описать разные практики, связанные с ведением домашнего хозяйства, а не составить репрезентативный обзор всего британского общества. Я также не претендую на исчерпывающее исследование отношений всех женщин с их гардеробами; мне хотелось, используя метод углубленного анализа, очертить сложные, тонкие и глубоко личные отношения конкретных женщин с их телами, одеждой и самоидентификацией.

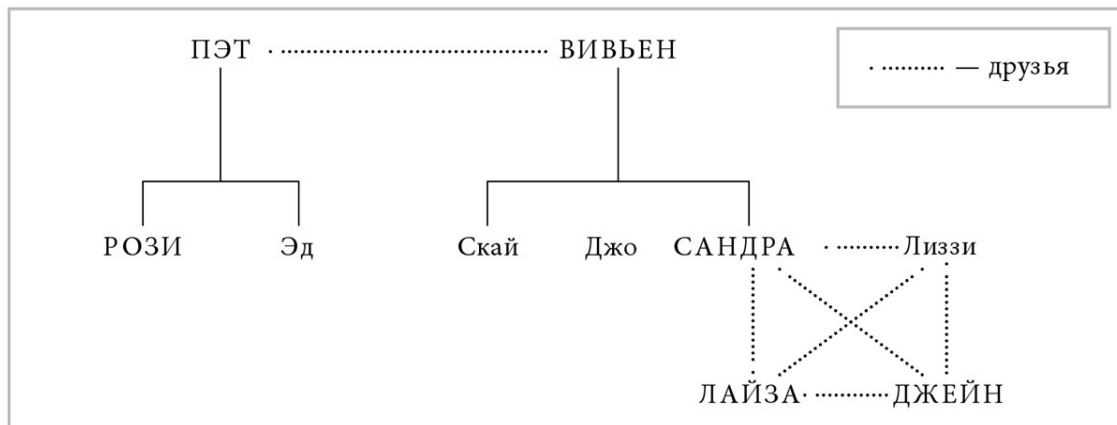
Мне хотелось, чтобы женщины охотно делились со мной проблемами, связанными с модой; поэтому я провела углубленное этнографическое исследование; оно включало в себя интервью с двадцатью семью информантками. Кроме того, я общалась с другими людьми, присутствовавшими в их жизни: с друзьями, партнерами или членами семьи; поэтому количество

людей, с которыми я беседовала и у которых брала интервью, превышает названное выше. Я не планировала изначально ограничиться двадцатью семью контактами: работа прекратилась, когда исчерпались возможности доступных мне социальных сетей. Пятнадцать информанток жили в Лондоне, двенадцать – в Ноттингеме. Не все они были знакомы друг с другом; в некоторых случаях я интервьюировала женщин, но по тем или иным причинам не пользовалась их контактами для расширения моей сети. Впрочем, эти информантки тоже не обитали в вакууме (Ibid.), и я, как правило, разговаривала с другими людьми, входившими в круг их общения, чтобы понять, как их представления и ожидания влияют на sartorialные предпочтения информанток. Взаимодействие между мной и собеседницами предполагало взаимную включенность и доскональность. Лишь одна женщина из ноттингемской выборки была никак не связана с остальными (Фэй); прочие образовали две социальные сети: в одной было пять женщин, в другой – шесть. В обеих группах участницы знали друг друга либо потому, что изучали моду в студенческие годы (Элис, Эмануэла, Хелен, Луиза, Анна, Джемма), либо потому, что получили магистерскую степень по близким творческим специальностям (Акане, Ном, Розанна, Клэр, Лидия). Их объединяли общие знания, у них были схожие модные и эстетические предпочтения.

В лондонской выборке шесть женщин не были связаны между собой (Сэди, Мари, Сара, Джоанна, Маргарет, Соня), а остальные составили две группы. Они представлены ниже. На ил. 2.1 – маленькая группа информанток: две сестры и их невестка. Работа с ними позволила мне исследовать гардероб в контексте тесных семейных отношений. Во вторую лондонскую сеть, представленную на ил. 2.2, входили шесть женщин: среди них были мать и дочь, старые подруги и четыре женщины, жившие совместно. Иными словами, работа с этой группой позволяла наблюдать семейные отношения, дружбу пожилых женщин, поддерживавших контакт всю жизнь, и отношения тесно общающихся сверстниц.



Ил. 2.1. Лондонская социальная сеть – 1



Ил. 2.2. Лондонская социальная сеть – 2

Женщины, с которыми я работала, были разного возраста; самой младшей из участниц минуло девятнадцать, самым старшим было около шестидесяти, большинству – от двадцати до тридцати лет. Большинство женщин жили с подругами или с партнерами, и лишь две из них – в одиночестве; большинство из них состояли в отношениях с мужчинами на момент интервью или ранее. У четверти информанток были дети разных возрастов, от новорожденных до тридцатилетних дочерей. Финансовое положение и занятия женщин также были разными; одни сильно нуждались, снимали жилье и были безработными; у других были собственные дома или хорошо оплачиваемая работа. Женщины принадлежали к разным национальностям; хотя по большей части они родились в Британии, многие из них были азиатками или еврейками. Более половины женщин были белыми, но самого разного происхождения: их предки жили в Италии, Ирландии, Шотландии и Восточной Европе. Этническая принадлежность многих из них не поддается однозначной классификации, что, по-видимому, характерно для таких городов, как Лондон. Однако, несмотря на это разнообразие, нельзя сказать, что предлагаемое исследование учитывает все возможные факторы, влияющие на выбор одежды; поэтому результаты этой книги не репрезентативны в отношении женщин вообще. Например, все информантки были здоровы, поэтому я не могу судить о том, как инвалидность влияет на выбор гардероба. Я не уделяла специального внимания их этнической принадлежности, сексуальности или социальному статусу, однако если важность этих факторов бросалась в глаза, я принимала их в расчет. Таким образом, я не пытаюсь категоризировать каждую информантку в соответствии с ее классовой и этнической принадлежностью или с иными социологическими маркерами; при описании отдельных случаев я, скорее, просто использую эту информацию как контекстуальную. Факторами, особенно важными для анализа, были профессии женщин, их финансовые ресурсы, жизненная ситуация, личные отношения и этническая принадлежность (последнее было значимо лишь в некоторых случаях). Принимались ли эти факторы во внимание, каждый раз зависело от конкретного случая, для которого информантки подбирали костюм.

### ***Взаимодействия в процессе исследования***

Основой и конституирующим фактором этнографического исследования служит динамика отношений между исследователем и информантом; полевая работа представляет собой интерактивный процесс, в котором информация и знания производятся посредством установления договорных взаимоотношений, поэтому осознанная позиция исследователя играет в нем ключевую роль (Silverman 1997). Главная проблема натуралистической этнографии (см., например: Duneier 1992) заключается в неспособности признать, что этнограф не просто фиксирует реальность, но фактически участвует в ее создании (Clifford & Marcus 1986). Отношения между репрезентацией и реальностью игнорируются, поскольку они рассматриваются как составляющие единого процесса (Lyotard 1984: xxiv). В ходе исследования я остро сознавала две вещи: во-первых, я работала в Британии (своей родной стране), во-вторых, изучала женщин (будучи женщиной сама). Не думаю, что существует единая категория «женщины» или гомогенная сущность «британское общество»; скорее мы каждый раз имеем дело с динамическим многообразием позиций и контекстов. Я в некотором роде антрополог-инсайдер, у меня есть предзаданные культурные установки, и это без сомнения влияет на исследования (Rapport 2002). Учитывая, что формы и механизмы культуры гетерогенны, моя инсайдерская позиция менялась в зависимости от того, с кем я работала. Хотя гендер – важная социальная категория, она не отменяет различий между отдельными женщинами.

В фокусе внимания оказывались самые разные контекстуальные аспекты. Иногда это была этническая принадлежность. Например, у одной женщины, с которой я познакомилась, угандийской азиатки, которая раньше жила в Индии, был целый гардероб индийской одежды: сари, шальвар-камиз и несколько раджастханских нарядов; в этом случае наши культурные

компетенции не совпадали. Моих информанток можно было описать с точки зрения их этнической принадлежности, рода занятий, национальности, религии и семейного статуса. Общность ожиданий и культурных знаний относительна. Постмодернистская критика натурализма подчеркивает негативные факторы, связанные с влиянием исследователя на сбор и анализ данных. Это влияние, однако, можно обратить себе на пользу. В повседневной жизни знания приобретаются в процессе человеческого общения (Hammersley & Atkinson 1995). Соответственно, наличие общих знаний можно использовать для получения информации и построения доверительных отношений (Stanley & Wise 1993). Это особенно важно, учитывая интимный характер моего исследования. Например, многие женщины, охотно демонстрировавшие мне висящую в шкафу одежду, были гораздо более сдержанны, когда дело доходило до обсуждения нижнего белья. Тогда я рассказывала им какие-нибудь случаи из собственной жизни; это сближало нас, и мне удавалось получить нужную информацию.

Пытаясь установить контакт с информантками, я использовала возможности собственного гардероба. Мне не только приходилось рассказывать о своей одежде, но и одеваться по-разному для каждого интервью. Готовясь к первой встрече с каждой женщиной, я, ориентируясь на доступную мне информацию или на впечатления от нашего телефонного разговора, старалась представить себе, как она будет одета, и предугадать, как лучше одеться самой, чтобы между нами установилось взаимопонимание. Часто я ошибалась. Так, для встречи с Элис, любившей яркую одежду с принтами, я надела нейтральный костюм: черный топ и джинсы. Отправляясь к Вивьен, женщине, которая редко пользовалась косметикой и считала чрезмерную заботу о моде проявлением суетности, я решила на эксперимент с накладными ногтями. Я неумело наклеила на ногти пластиковые накладки и посреди интервью потеряла одну из них. Ища ее на полу, я поймала на себе испепеляющий взгляд Вивьен, красноречиво свидетельствовавший, что я ошиблась, выбирая образ для встречи с ней.

Поскольку полевая работа непредсказуема, многое складывалось не так, как я планировала (эта проблема хорошо описана, например, в публикации: Ibid.). Обычно этнограф постепенно и последовательно получает доступ к приватной жизни своих информантов. Я двигалась в противоположном направлении и начинала с этой области. В большинстве случаев это работало очень хорошо, поскольку позволяло мгновенно добиться взаимопонимания. Я разглядывала одежду, и связанные с ней личные истории становились отправной точкой для более тесного общения. В некоторых случаях не удалось продвинуться дальше нескольких интервью (Hammersley & Atkinson 1995; Rapport 2002), и мои отношения с информантками не получили развития. Вместе с тем даже пара собеседований и сопровождающие их фотографии были чрезвычайно полезны; они также сопрягались с жизненным опытом (Kvale 1996) и обеспечивали доступ в дом и в спальню.

### *Краткое описание гардероба*

Мой метод исследования предполагает глубинный анализ отдельных примеров, результаты которого будут изложены в следующих главах. Им требуется более общий контекст, поэтому оставшаяся часть главы посвящена обзору гардеробов информанток: сколько вещей было у женщин, как они их хранили и как часто носили, как конструкция гардероба влияет на способы хранения одежды и на выбор костюмов. У большинства женщин имелся по крайней мере один обычный шкаф: деревянный ящик с двумя дверцами и металлической рейкой для вешалок, закрепленной сверху горизонтально. Ниже находится ящик, в котором обычно хранят сложенную одежду. В некоторых шкафах рядом с рейкой есть также открытые полки, идущие от верха к низу шкафа. Гардероб этой традиционной конструкции был у большинства женщин, за тремя исключениями. Две женщины хранили одежду в нишах за занавеской: им не нравилось присутствие деревянного ящика в спальне. Третьей была Розанна, женщина около

тридцати лет, у которой была гардеробная. Закончив образование, она сводила концы с концами, работая в баре в Ноттингеме, и жила одна в муниципальной квартире, стены которой перекрасила в цвета сочной фуксии и терракоты. Ее гардероб вписывался в общий декор: он был задрапирован фиолетовой тканью, а сама одежда была яркой. При входе в гардероб с обеих сторон закреплены рейки, на которые можно вешать одежду; сверху полки. В отличие от других информанток, Розанна взаимодействовала со своим гардеробом и визуально, и тактильно: гардероб был узким, и входя в него, она оказывалась со всех сторон окружена одеждой, буквально окуналась в нее, когда стояла там и выбирала, что надеть.

Полки и рейка структурируют пространство гардероба, позволяя и развешивать, и складывать одежду. Обычно вещи свалены кучей на полках или болтаются на вешалках, и со стороны виден только их краешек. Когда женщина открывает гардероб, она сначала устанавливает визуальный контакт с одеждой на расстоянии; теоретически можно выбирать из всех вещей, развешанных на рейке. Но видит она лишь цвета; чтобы понять форму вещи, нужно взять ее в руки и приподнять. Кроме того, одеваясь, женщина должна превратить одежду в желанный образ. Ей приходится соотносить очертания вещей, увиденных в шкафу, с целостным нарядом, который хорошо бы на ней смотрелся. Чаще всего женщины преодолевают эту дистанцию, сразу надевая то, что, как им кажется, годится для костюма, или долго примеряя много разных вещей.

Выбор костюма начинается в тот самый момент, когда женщины открывают дверцы гардероба или отдергивают шторы. Все информантки так или иначе старались дополнительно защитить свою одежду от воздействия солнечного света и пыли; таким образом, вещи имели свое отдельное, приватное пространство, доступ к которому можно получить, только преодолев упомянутую защиту. Почти все женщины хранили одежду в комнате, где спали, а иногда – в пустующей лишней спальне. Иными словами, гардероб прячется в укромных частях дома; его видят только сами женщины или, возможно, их партнеры, если у пары общий шкаф. Шкаф пребывает в уединении спальни, внутри него – контейнер, который нужно открыть, чтобы разглядеть одежду под ним. Это похоже на матрешку: каждый следующий уровень обладает все большей степенью приватности. В замкнутом пространстве квартиры или дома находится спальня, а самое укромное место в ней – гардероб.

Одежда не только заперта в шкафу, она неизбежно расплзается по всему дому. Местопребывание вещей зависит от того, насколько часто их носят, собираются ли их выбросить или постирать. Для хранения одежды, имеющей переходный статус (приготовленной на выброс или не соответствующей сезону), многие женщины используют чемоданы, коробки под кроватью или даже черные мусорные пакеты. Одежда, которую носят постоянно, часто так и не добирается до гардероба; ее складывают на стуле в спальне или развешивают на перилах лестницы, чтобы вещи были под рукой, когда понадобится выйти из дома. В таблице 2.1 представлена подробная информация о шкафах-гардеробах моих информанток и о количестве хранящейся в них одежды. За исключением Ном, приехавшей в Британию на время и обходившейся небольшим количеством одежды, все женщины и развешивали, и складывали вещи; для их хранения почти у всех был отдельный комод.

## **Конец ознакомительного фрагмента.**

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.