

**Сулейманова Лилия Ваитовна****Suleimanova Lilia Vaitovna**

аспирант кафедры культурологии,  
философии культуры и эстетики  
Института философии  
Санкт-Петербургского государственного университета

PhD student, Cultural Studies,  
Philosophy and Aesthetics Department,  
Institute of Philosophy,  
St. Petersburg State University

## ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ГЕНДЕРНОГО ДИСПЛЕЯ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЫ

## VISUALIZATION OF GENDER DISPLAY IN THE CONTEMPORARY CULTURE

---

**Аннотация:**

*Статья посвящена вопросам выстраивания гендерной презентации личности при помощи костюма в культурном пространстве социума. С помощью культурологического анализа исследуются самоидентификация личности, формирование гендерного дисплея в различные эпохи развития человечества и детерминированные требованиями современности культурные предпочтения.*

**Ключевые слова:**

*гендер, гендерный дисплей, гендерные границы, костюм, мужественность, женственность.*

---

---

**Summary:**

*The article deals with gender presentation of identity by means of costume in the cultural space of the society. Using the cultural analysis, the author explores personal self-identity, formation of gender display in different periods of human evolution, and cultural preferences determined by the needs of the time.*

**Keywords:**

*gender, gender display, gender boundaries, costume, masculinity, femininity.*

---

Целью статьи является культурологический анализ инструментов конструирования гендерного дисплея. В процессе сбора визуального материала исследовательский вопрос был сформулирован следующим образом: как с помощью различных объектов культуры: элементов гардероба, атрибутов внешности – в обществе формируются гендерные границы? В качестве предмета исследования выбран костюм представителей мужского и женского пола, его гендерные особенности. Стоит отметить, что под костюмом в работе будет подразумеваться весь комплекс культурных инструментов визуальной презентации личности: одежда, обувь, косметика, украшения и прическа.

Начиная разговор о визуализации гендерного дисплея, необходимо дать определение понятию «гендер». Для этого разграничим пол физический – sex и социальный – гендер. Sex – это биологическая характеристика, которая разделяет мужчин и женщин, то есть это анатомическое различие, в то время как гендер – разделение на маскулинность и фемининность, то есть гендер является социальным полом, который определяет поведение человека в культурном пространстве и то, как общество воспринимает это поведение. Американская феминистка Л. Николсон говорит о том, что с момента введения гендера в научный дискурс его целью являлась не замена категории пола, но ее дополнение ввиду значительных биологических коннотаций последнего [1, р. 78–105].

В качестве основной методологической базы статьи выступает концепция гендерного дисплея И. Гофмана. Приписывание пола происходит согласно правилам создания гендера, принятым в данном культурном сообществе, и выражается в гендерном дисплее. Гендерный дисплей – это представление половой принадлежности во взаимодействии [2]. Загадка конструирования гендера заключается в том, что каждую минуту, участвуя в спектакле представления пола, мужчины и женщины делают это так, что игра кажется им настоящей. Гендерный дисплей формируется под воздействием ситуации, в которой происходит взаимодействие возраста взаимодействующих индивидов, их социального положения, стиля, этничности, религиозной и культурной принадлежности и прочих факторов. Следовательно, он не универсален, а социокультурно обусловлен. Все это делает невозможным сведение гендерного дисплея к биологическим детерминантам.

Продолжая тему социокультурной обусловленности гендерных практик самопрезентации, обратимся к труду «Различения» Пьера Бурдьё. В данной работе ученый показывает, что эстетические представления и вкусы – это не что-то «сакральное» и не результат свободного выбора индивида, но вытекает из его социальных условий социализации и наличного положения в обществе. Автор показывает, что положение в социальной структуре и стиль жизни неразрывно связаны между собой. По мнению П. Бурдьё, культурные практики тесно связаны с социальной структурой, тем местом, которое субъект занимает в ней [3, р. 76–112].

В своей книге «Поведение потребителей» В.И. Ильин пишет о том, что существует феномен, который «называют социальным конструированием чувства идентичности, принадлежности

к той или иной группе. Это конструирование представляет собой процесс использования таких предметов потребления, как одежда, обувь, популярная музыка или занятия определенным видом спорта, для обозначения себя как члена той или иной группы или, наоборот, подчеркивания своего пребывания вне ее» [4, с. 180]. Физический пол скрыт под одеждой, но мы все равно узнаём, где женщина, а где мужчина. Одним из элементов, который формирует границу между женщинами и мужчинами, является костюм.

Каждый пол обладает набором определенных качеств, которые свойственны только ему. Данные качества – «женственные» и «мужественные» – являются границей между полами. Фредерик Барт выдвинул теорию о конструировании этничности. Он считал, что конструирование последней – это конструирование границы [5, с. 10–15]. В исследовании мы отталкиваемся от данной теории и пытаемся сказать, что социокультурное конструирование гендера – это есть не что иное, как конструирование гендерной границы. Женщины – это не мужчины, женственность – это не мужественность. Как показать, что ты женственна? Отталкиваясь от теории Ф. Барта, необходимо показать, что ты не мужчина, – построить границу.

Построение границы и прохождение идентификации в качестве представителя соответствующего пола требует соблюдения культурных кодов, которые в каждом обществе свои. Конструирование социального пола – это прежде всего обозначение и поддержание символической и социокультурной границы между «мужским» и «женским». Примером может служить традиция в большинстве обществ с самого рождения одевать девочек в розовую, а мальчиков в голубую одежду. Прохожие, не зная пол ребенка, чаще всего без труда могут определить по цвету и фасону одежды, мальчик перед ними или девочка.

Обратимся к перформативной теории гендерной идентичности. Ее автором является американский философ Джудит Батлер. Она впервые вводит понятие перформатива в гендерные исследования, тем самым демонстрируя социокультурную природу данного феномена. Задолго до Дж. Батлер о конструировании гендера высказывалась Симона де Бовуар в одном из ведущих феминистских трудов «Второй пол». Она утверждает, что тело человека – не природный факт, а историческая идея; женщиной не рождаются, а становятся [6, с. 235–279].

В своей работе «Гендерное беспокойство: феминизм и подрыв индивидуальности» (1990) Дж. Батлер отрицает существование прямой связи гендера с телесными «половыми» особенностями индивида и бинарного противопоставления «мужского» и «женского».

Гендер в понимании ученого имеет социокультурную обусловленность и является следствием, эффектом ряда перформативов (действий), многократно повторяемых в определенном культурном контексте. Гендер выражается при помощи жестов, пластики, действий, речи – в этом и заключается суть его перформативности. Вне перформативных действий гендер не имеет никакого онтологического статуса. Гендерная идентичность, по мнению Дж. Батлер, представляет собой практику означивания, которая конструируется в акте представления. Не существует «додискурсивного “я”» в структуре идентичности. Она формируется лишь как следствие процесса «гендеризации», то есть гендер формирует идентичность, а не наоборот. Вместе с тем гендер не является аутентичным ядром идентичности, выступает не сущностью («то, что мы есть на самом деле»), а перформативной репрезентацией («то, что мы совершаем в данный момент времени») [7, р. 82–176]. Мы заимствуем данную идею и рассматриваем гендер как сущность, выступающую в форме ряда индикаторов, самым выразительным из которых является внешний вид, или костюм.

«Женственность» и «мужественность» – это относительные характеристики гендерных полей, связанные воедино и в то же время разделенные границей, имеющей универсальный характер. Граница существует везде и всегда, но ее содержание, характер ее механизмов носят конкретно-исторический характер.

Гендерную границу, формирующуюся визуально при помощи того или иного костюма (женственного или мужественного), можно рассмотреть на примере эпохи Ренессанса.

В то время в моде были здоровье и чувственность, что выливалось в пышность форм и пластичность силуэта. Идеалом женской красоты считалась женщина в пору зрелости, а именно беременности и материнства. Изображение Мадонны с младенцем можно считать символом эпохи. Считалось, что обнаженная женщина красивей одетой в пурпур, поэтому никакими запретами не удавалось обуздать стремление представительниц прекрасного пола продемонстрировать изящность своей груди. Мужской идеал красоты, как и женский, олицетворял здоровье и созидательное начало. Мужчина должен быть гармонично развит, эталоном считались античные герои. Пышность форм костюма демонстрировала крепость мускулатуры тела. Нижняя часть мужского костюма – чулки трико, облегающие и выгодно подчеркивающие атлетическое телосложение.

Так, в рассматриваемый период именно при помощи одежды конструируется гендерная граница. Женщина предстает в образе матери, хранительницы домашнего очага. Через глубокие декольте подчеркивается ее сексуальность. В то же время мужчина посредством костюма выражает

свою силу, в первую очередь физическую, а соответственно, и социальную. Мужчина, выделяя свою мускулатуру, выступает в образе воина, добытчика, готового в любой момент броситься в бой.

Отдельного внимания заслуживают такие элементы женского костюма, как корсеты и пышные юбки. Корсет, появившийся еще в Античности, имел широкое распространение в эпоху Возрождения. В одно время корсет был коротким и полужестким, затем в моду вошел длинный корсет, сильно затягивающий талию и приподнимающий грудь. Поскольку женственными считались пышные бедра, в женском гардеробе имелись пышные юбки. Женщина, у которой талия была перетянута корсетом, а костюм представлял нагромождение различных предметов, была скована в своих действиях и, соответственно, довольно пассивна на фоне агрессивно-активного мужчины. Пассивность в одежде подчеркивала пассивность женщины, что в очередной раз демонстрировало гендерную границу между мужчинами и женщинами.

Не совсем верно заявлять, что гендерные границы с точки зрения их визуализации начали размываться лишь в конце XX в. Культурно-исторический анализ моды различных эпох демонстрирует динамику смены атрибутов гардеробов обоих полов.

В XVIII в. мужчины из высших слоев населения носили парики и туфли на каблучке, что в наши дни сложно интерпретировать в качестве маркера мужественности. В XIX в. Джордж Брамел, законодатель моды в эпоху Регентства в Англии, носил обтягивающие бриджи (собственно, женщинам до второй половины XIX в. и вовсе было запрещено носить брюки, за исключением конных прогулок, катания на велосипеде и отдельных примеров специальной рабочей униформы). Более того, в 70-е гг. XX в. мужчины надели брюки клеш и сапоги на платформе. Женщины, в свою очередь, еще в 30-е гг. XX в. стали стричься «под мальчика». Тогда же в моду вошли широкие брюки и андрогинные аксессуары. В 1960-е и 1970-е они надели такие истинно мужские атрибуты моды, как смокинг и галстук, а в 1980-е перестали брить подмышки, начали ходить в массивной обуви и баскетбольной сетке. Всем этим изменениям в женском гардеробе сопутствовала организованная борьба женщин за равенство женских и мужских прав. И все это говорит о многообразии моды, которая вместе с размыванием общественных ролей все больше лишается половозрастной окраски.

В 1970-е гг. в моду вошла андрогинность, которая эксплуатируется популярными исполнителями и актерами до сих пор. Яркими примерами тому могут служить звезды разных лет, начиная с Грейс Джонс и Энни Леннокс и заканчивая Мэрилин Мэнсоном и, безусловно, Дэвидом Боуи, который стал буквально синонимом понятия андрогинности в мире искусства. К 1990-м андрогинность вылилась в волну минимализма и унисекса в моде. Минимализма во внешнем виде придерживаются представители обоих полов и в начале XXI в.

Одной из последних тенденций стал стиль нормкор – мода для тех, кто устал от моды, не хочет выделяться из толпы, предпочитает нейтральные и комфортные вещи. Нормкор – это некий вызов яркой, гламурной и абсолютно нефункциональной фешен-индустрии, которая в свою очередь приняла этот вызов и вписала тенденции нормкора в коллекции ведущих мировых брендов последних лет.

Таким образом, гендерно-нейтральная мода процветает и является прибыльной и сейчас. В женской моде последних лет одну из главенствующих позиций занимает мужская тематика. Сегодня стиль унисекс – это выбор не только феминисток, но и многих других женщин. Они предпочитают носить boyfriend-джинсы, одежду over-size (бесформенные «мужские» свитера, футболки и свитшоты), ковбойские рубашки. На второй план оказываются оттеснены туфли на каблучке. Все больше места на полках магазинов занимают вариации на тему комфортной обуви: кроссовки, кеды, лоферы, слипоны, оксфорды, эспадрильи, балетки и пр. Женщины все чаще покупают себе одежду в мужском отделе, притом ищут именно мужскую одежду, а не вариации на мужскую тему в женских коллекциях.

История демонстрирует: чем больше прав получали женщины на всем протяжении XX в., тем в большей степени развивалась и эстетизация маскулинности. Современной культуре потребления свойственно расширение потребительских нужд представителей мужского пола. Современные мужчины ориентированы на потребление не только недвижимости, автомобилей, предметов техники, спиртных напитков и табачной продукции, но также одежды, обуви, аксессуаров и косметики.

Нельзя не отметить вклад индустрии моды в значительное изменение роли мужчины и его внешнего вида в современном обществе. Поведение, которое является экономически выгодным, преобразуется в социальное достоинство. Если раньше в качестве основного объекта, на который была направлена деятельность индустрии красоты и моды, выступала женщина, то сейчас к ней присоединяется и мужчина, что выгодно для предпринимателей.

Все чаще современные мужчины обращаются за помощью к консультантам по стилю, делают маникюр и педикюр, посещают мужские салоны красоты – барбершопы. Вместе с тем рынок

косметической продукции изобилует линиями средств по уходу за кожей мужчин. Процесс эстетизации маскулинности отображается в новом типе мужественности – метросексуализме. Его представители – метросексуалы – мужчины, которые самореализуются в социуме при помощи своего внешнего вида. При этом физическая сила не рассматривается ими в качестве инструмента самоутверждения.

Известный петербургский дизайнер Татьяна Парфенова полагает, что в дальнейшем будут четко прослеживаться тенденции стирания визуальных гендерных границ, и в интервью журналу «Time Out Петербург» (05.04.2012) говорит: «Думаю, в итоге мы придем к слиянию мужского и женского гардеробов в единый, не имеющего гендерного признака. Все вещи в будущем будут абсолютно одинаковы для женщин и мужчин. У нас практически стерлась разница в занятиях, сотрется и внешняя разница».

Наиболее ярким примером гендерно нейтральной одежды являются джинсы. Впервые появившись в середине XIX в. в качестве рабочей одежды для фермеров, сегодня они представляют собой основной элемент гардероба обоих полов. Вместе с тем женские джинсы кардинальным образом отличаются от мужских: они плотно обтягивают бедра, выгодно демонстрируют красоту ног представительниц прекрасного пола. Даже популярная среди женщин в последние годы модель «бойфренды» является скорее имитацией «только что снятых с молодого человека джинсов», чем их точной копией.

Таким образом, джинсы, прочно вошедшие в повседневные практики обоих полов, являются в то же время инструментом, при помощи которого подчеркивается гендерная граница. Казалось бы: люди одеты в одну и ту же одежду. Тем не менее их внешний вид четко дает понять окружающим, кто из них хрупкая, женственная девушка, а кто брутальный мужчина. То же самое касается и таких элементов костюма, как шорты, майка, пиджак, кроссовки, кеды, – именно цветовая гамма, декоративные элементы, фасон и прочие детали выступают основными гендерными маркерами.

Несмотря на тенденцию к размытию гендерных границ, которая выражается не только в смене социальных ролей, но и во внешнем виде, в гардеробах большинства женщин (и это особенно актуально для российского общества) присутствует большое количество исконно женственных нарядов, которые редко встретишь на мужчине (за исключением каких-либо культурных особенностей отдельно взятых стран): это юбки, платья, обувь на высоком каблуке. Именно эти элементы гардероба являются яркими маркерами женственности. Пышные, развевающиеся на ветру подола платьев, которые необходимо придерживать рукой, узкие либо короткие юбки, сковывающие движения, – все они подчеркивают женственность, утонченность, не позволяют женщине быть подвижной, делая ее не только физически, но социально пассивной.

Другим примером культурно сконструированной фемининности является женщина на шпильках – это явный текст, написанный для окружающих. Приобретение физически дискомфортной обуви – это прямая сексуальная провокация, которая рассчитана на мужчин. При помощи этой обуви женщина создает образ хрупкой, неустойчивой, незащищенной особы. Это женственно, потому что это подчеркивает женскую сексуальность и пассивность. Женщины учатся носить каблуки с ранних лет. Это кажется неудобным, присутствует физический дискомфорт, но со временем женщина настолько привыкает ко всем «неудобствам», связанным с ношением туфель на каблуке, что уже не представляет себе жизни без них и даже чувствует себя менее женственной, желанной, одевая более практичную обувь. В соответствии с теорией П. Бурдье, потребление обуви на каблуке можно назвать продуктом «габитуса».

Под габитусом в данной теории подразумеваются системы прочных приобретенных predispositions), предназначенных для функционирования в качестве принципов, которые порождают и организуют практики и представления, объективно приспособленные для достижения определенных результатов, но не предполагающие сознательной нацеленности на эти результаты [8, р. 182]. Габитус – это система, порождающая и структурирующая практику агента и его представления.

Юбки и платья, сковывающие движения женщины, высокие каблуки и шпильки, на которых сложно ускорить темп ходьбы и пройти длинную дистанцию, – все это подчеркивает одну из универсальных норм культуры, которая состоит в том, что мужчине отводится активная роль, а женщине – пассивная. В контексте этой нормы главным орудием женщины является ее сексуальная привлекательность: чем привлекательнее женщина, тем больше у нее поклонников, и это дает ей шанс на относительную свободу выбора без ломки культурных норм.

Можно говорить о том, что разные типы одежды структурируют женское поведение. В зависимости от той или иной ситуации, перформанса женщина будет выбирать тот или иной тип одежды, соответствующий условиям социального взаимодействия. Девушка в большей или

меньшей степени демонстрирует свою женственность, хрупкость в зависимости от места и целей, которых она хочет добиться. В ситуации занятий спортом девушка будет одета в спортивный костюм и кроссовки. Ее внешний вид не будет подчеркнута женственным. Но в клубной обстановке девушка, скорее всего, будет иметь кардинально противоположный вид: сексуальный, женственный, поскольку целями данного мероприятия являются демонстрация собственного социального статуса и вкуса либо реализация брачной стратегии. То есть женщина, «играя в женственность», имеет возможность подбирать костюм в соответствии с ситуацией, целями и пр. и при этом оставаться женственной, не переходя гендерной границы.

Таким образом, в современной культуре элементы мужского и женского гардероба все меньше разнятся. Сегодня такие атрибуты внешности, как джинсы, кроссовки, майки, шорты и пр., свойственны представителям обоих полов. С наступлением XX в. женская одежда стала меньше сковывать движения представительниц прекрасного пола. В XXI в. женщины практически не носят корсетов и кринолинов (за исключением торжественных событий, таких как свадьба). Современная женщина не менее активна, чем мужчина, и для этого ей необходима более практичная, комфортная одежда. Все чаще можно встретить женщину, мало чем отличающуюся от мужчины, которая отдает предпочтение коротким стрижкам, удобной одежде, красится минимально или вовсе не использует косметику. В то же время мужчины все больше уделяют внимание своему внешнему виду – делают маникюр и депиляцию, посещают солярий и пользуются косметикой. Это связано с появлением в последние десятилетия новых типов женственности и мужественности, отклоняющихся от традиционных взглядов на внешний вид полов. Однако до сих пор гендерная граница проявляется через те или иные различия в элементах костюма мужчин и женщин – крое, цветовой гамме, форме.

Для данного исследования важно отметить, что гендерные взаимодействия являются одними из самых важных межличностных отношений. Костюм же представляет собой один из видов социокультурной коммуникации. Сегодня костюм – это часть визуального образа обоих полов, которая играет весьма важную роль при адаптации и получении ожидаемой положительной оценки в социуме.

#### Ссылки:

1. Nicholson L. Interpreting gender // *Signs*. 1994. Vol. 20, no. 1.
2. Goffman E.: 1) Gender Display from "Gender Advertisements: Studies in the Anthropology of Visual Communication" // *Goffman Reader* / eds.: C. Lemert and A. Branaman. Blackwell Publishing, 1997 ; 2) Frame Analysis of Gender from "The Arrangement Between the Sexes" // *Ibid*.
3. Bourdieu P. *La Distinction. Critique sociale du jugement*. Paris, 1980.
4. Ильин В.И. Поведение потребителей. Сыктывкар, 1998.
5. Барт Ф. Этнические группы и социальные границы. М., 2006.
6. Бовуар С. де. Второй пол. СПб., 1997.
7. Butler J. *Gender trouble: feminism and the subversion of identity*. London, 1990.
8. Bourdieu P. *Esquisse d'une théorie de la pratique: précédée de Trois études d'ethnologie kabyle*. Genève, 1972.

#### References:

- Bart, F 2006, *Ethnic groups and social boundaries*, Moscow, (in Russian).  
Beauvoir, Sde 1997, *The Second Sex*, St.-Petersburg, (in Russian).  
Butler, J 1990, *Gender trouble: feminism and the subversion of identity*. London.  
Bourdieu, P 1972, *Esquisse d'une théorie de la pratique: précédée de Trois études d'ethnologie kabyle*. Genève. <https://doi.org/10.3917/droz.bourd.1972.01>  
Bourdieu, P 1980, *La Distinction. Critique sociale du jugement*. Paris. <https://doi.org/10.2307/3320934>  
Goffman, E, Lemert, C & Branaman, A (eds.) 1997a, 'Frame Analysis of Gender from "The Arrangement Between the Sexes"', *Goffman Reader*, Blackwell Publishing.  
Goffman, E, Lemert, C & Branaman, A (eds.) 1997b, 'Gender Display from "Gender Advertisements: Studies in the Anthropology of Visual Communication"', *Goffman Reader*, Blackwell Publishing.  
Ilyin, VI 1998, *Consumer behavior*, Syktyvkar, (in Russian).  
Nicholson, L 1994, 'Interpreting gender', *Signs*, Vol. 20, no. 1. <https://doi.org/10.1086/494955>