

анализе как классических тем социологии (например, «толпа и публика»), так и неклассических ситуаций (например, взаимодействие в Интернете).

2. Социальные звуки, под которыми мы подразумеваем, во-первых, голоса индивидуальных и коллективных субъектов, во-вторых, разного рода социальные шумы, в-третьих, музыку в ее самых разнообразных вариантах, образуют определенную аудиокультуру общества. При этом «акустические» характеристики социальных феноменов можно рассматривать как объективные параметры, а «аудиальные» характеристики - как отражение акустических звуковых рядов на уровне индивидуального и группового сознания в виде определенных субъективных звукообразов.

3. Аудиокультура может рассматриваться как среда, в которой происходит любой социальный процесс, и как совокупность определенных способов социального взаимодействия в самых различных сферах. Так, например, трудно представить себе процесс социализации без акустической адаптации (знаний и умений издавать определенные звуки или молчать), а социальный контроль – без определенной акустической дисциплины и акустического этикета. Почему можно говорить о визуальной грамотности и упускать из виду, что социализированный индивид является также и аудиально грамотным? Разве городское пространство не предстает, прежде всего, как специфический звуковой ландшафт, определяющий позитивное или негативное восприятие города? Все вышесказанное означает, что должно быть усилено внимание к звуковой стороне социальной жизни, а акустические характеристики социальных процессов должны стать обязательными при теоретических исследованиях.

Гольман Е. А.,
г. Екатеринбург

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ЖЕНСКОГО ТЕЛА В МОДНОЙ ФОТОГРАФИИ

Модная фотография – это особый жанр, призванный изображать самые различные объекты моды (в первую очередь, одежду). Традиционно модная

фотография рассматривается преимущественно как факт рекламы. Однако модная фотография представляет собой нечто большее – средство выражения мировоззрения, стиля и образа жизни (причем, как определенного бренда, так и фотографа-художника). Потенциал моды относительно конструирования тела был выражен в трех ипостасях еще Роланом Бартом[1]:

- 1) формирование идеального тела посредством модели, манекенщицы;
- 2) ежегодном постулировании, какие тела являются модными, а какие – нет;
- 3) позиционирование одежды как способа трансформировать реальное тело в идеальное тело моды.

Мода, таким образом, обладает потенциалом «структурного ограничения тела», а модная фотография отражает ту или иную «форму» идеального модного тела [1].

С целью выявления основных тенденций в репрезентации женского тела в модной фотографии, было проведено пилотажное исследование с применением качественного визуального анализа. В это исследование входил ряд таких задач, как выявление специфики самого изображения (цвет, композиция, линии, предметность), характеристика изображения по степени выраженности гендерных признаков и стереотипов (как в изображении самого тела, так и в его контексте), а также оценка степени сексуализированности снимка женского тела.

В ходе исследования были проанализированы модные фотосессии в гляцевых журналах *Vogue* и *Harper's Bazaar* за январь-май 2010 года. Всего - 10 фотосессий. Среди авторов фотосессий журнала *Vogue* присутствовали такие модные фотографы, как Patrick Demarchelier («Линии судьбы», январь 2010), Tom Munro («Рожденная революцией», февраль 2010), Terry Tsolis («И Бог создал женщину», март 2010), Steven Meisel («Без прикрас», апрель 2010), Alasdir McLellan («Наповал», май 2010). Фотосессии журнала *Harper's Bazaar* были выполнены при участии Peter Lindbergh («Магия моды», январь 2010; «Глобальное потепление», апрель 2010), Marcin Tyszka («Кукольный

дом», февраль 2010; «French Chic», март 2010), Alan Gelati («Rosie», май 2010).

Среди основных трендов в модных фотосессиях журнала *Vogue* можно выделить:

- Цветовая насыщенность и предметность фотосессий варьируются в зависимости от тематической направленности фотосессии и автора-фотографа;
- В изображении женского тела преобладают резкие, геометрические линии. Подчеркивается асимметрия тела («Линии судьбы»), крупные плечи («И Бог создал женщину»), скулы – то, что типично относят к визуальному воплощению мужского тела;
- Одновременно с наличием тенденции маскулинного изображения тела женщины, присутствуют и феминные образы: плавные линии талии и бёдер («И Бог создал женщину», «Рожденная революцией», «Без прикрас»);
- Сексуализированность тела прослеживается в обнаженных кадрах – оголении талии, бёдер, груди. При этом, только в одном фотосете («Без прикрас») грудь подчеркивается дополнительным аксессуаром-цепью. В остальных данные вторичные половые признаки не выражены ярко и не подчеркнуты («Рожденная революцией», «Наповал») или же нивелируются определенной формой одежды («Линии судьбы», «И Бог создал женщину»);
- Женщина и её тело в фотосетах *Vogue* – или образ неприступной «Богини» («И Бог создал женщину», «Рожденная революцией»), сверхъестественного («Линии судьбы»), или образ объекта вожделения мужчин («Без прикрас», при подчеркивании феминности мужского образа – «Наповал»).

Проанализировав фотосессии журнала *Harper's Bazaar*, можно сделать следующие выводы:

- Главный тренд данной линейки фотосессий – репрезентация женщины и её тела как куклы, помещаемой в различные контексты (вот кукла-ученый – «Глобальное потепление», кукла-циркачка – «Магия моды», кукла-модель – «Rosie», кукла-модница – «Кукольный дом», кукла-парижанка – «French chic»);
- Кукольность проявляется, в первую очередь, в статичных позах, отвлеченном и отсутствующем взгляде. Кукла как бы замирает перед каждым кадром;
- По сравнению с фотосессиями в Vogue, чаще встречается феминность женских образов и тел – плавность и мягкость линий тела, подчеркнутость бёдер и груди;
- Наличие ярко сексуализированных образов/тел как в нижнем белье и с оголенными ягодицами («French chic», «Кукольный дом»), так и завуалированных образов, отсылающих к теме секса (например, прогуливающаяся парижанка с фаллическим багетом, статуэтка Эйфелевой башни между грудей – «French chic»).

Итак, обобщим все вышесказанное:

- Тренды в изображении женского тела варьируются в зависимости от фотографа и издания;
- Можно говорить о наличии противоречащих друг другу трендов изображения женского тела. Одновременная игра с «маскулинностью» в женских телах и феминностью женских образов. Как следствие, в отдельных случаях создание андрогинного тела.
- Объективированность женского тела. Игра с женскими телами как игра в куклы.
- Подчеркнутая незавершенность женского тела без одежды. Одежда помогает создать идеальное тело. Из эпиграфа к одной из фотосессий («Без прикрас» в Vogue): «Идеальное тело – лучший из нарядов». Однако, это тело всегда подлежит определению с помощью одежды – в одних случаях, сексуализирующей, в других –

андрогинизирующей. «Лучший из нарядов» становится «идеальным телом». Создание «структурного ограничения тела» по Ролану Барту.

Для того, чтобы экстраполировать те или иные выводы, необходимо проведение крупномасштабного исследования. Исследования, которое бы захватило целый ряд глянцевого издания на протяжении нескольких десятилетий – дабы выявить трансформацию женского тела и смену различных трендов в его изображении. На основе проведенного качественного анализа нам кажется возможным и необходимым разработать программу контент-анализа, который позволит преодолеть проблему анализа большого массива изданий и модных фотосессий, плюс позволит получить количественные и репрезентативные данные.

Литература

1. Барт Р. Система моды: статьи по семиотике культуры. М.: Издательство им. Сабашниковых, 2003. – 512 с.

Гуржиев С.В.,

г. Екатеринбург

БАРЬЕРЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВИЗУАЛЬНЫХ МЕТОДОВ

В современном мире все больше возрастает роль визуального пространства, которое нас окружает и изобилует данными, с которыми работают как антропологи и этнографы, так и социологи. Реальность наполняется множеством образов, находящим свое отражение в вывесках, таблоидах, афишах магазинов и пр. В этих условиях, казалось бы, перед социологом открывается широкий фронт для исследовательских работ, но действительность показывает, что визуальные методы используются не так часто, как этого следовало бы ожидать.

«В общем смысле под «визуальными методами» принято понимать ситуацию включения в исследование визуальных средств и использования визуальных данных. К визуальным данным относятся фотографии, фильмы, видео- и телесюжеты, дисплеи, графика, рисунки, картины и т.д.»[2]. Следует отметить, что из всех перечисленных видов фотография является