

УДК 008**Семиотика прически в процессах социокультурной коммуникации****Светличная Ирина Валерьевна**

старший преподаватель
кафедра конструирования и технологий изделий легкой промышленности
Омский государственный технический университет
644050, Российская Федерация Омск, Пр. Мира, д. 11
e-mail: irisvetlichnaja@mail.ru

Аннотация

В статье прическа рассматривается как смыслонасыщенный репрезентант культуры, в формировании которого играют огромную роль константы прически, выбираемые с учетом социокультурных факторов и эмоциональных особенностей коммуникантов. Сформулирована концепция семиотики прически, заключающаяся в трактовке прически как подвижного многозначного компонента визуального образа. Определена роль трансляционных каналов, участвующих в передаче текстов причесок. Выявлено, что осмысление прически как текста культуры способствует диалогу разных социальных групп.

В работе показано, что прическа в социокультурной коммуникации способствует трансляции культурного опыта, внутреннего состояния коммуникантов, социальной принадлежности и эстетических предпочтений. При этом, цель коммуникативного процесса заключается в достижении взаимопонимания индивидов, групп с указанием на чувства коммуникантов в определенной ситуации. Вариативность констант прически в процессе культурной коммуникации универсализирует данный процесс, обеспечивая соблюдение семиотических правил взаимодействия для достижения эмоционального и социального удовлетворения, следовательно, прическа в социокультурной коммуникации способствует трансляции культурного опыта, внутреннего состояния коммуникантов, социальной принадлежности и эстетических предпочтений.

Для цитирования в научных исследованиях

Светличная И.В. Семиотика прически в процессах социокультурной коммуникации // Культура и цивилизация. 2018. Том 8. № 5А. С. 259-270.

Ключевые слова

Прическа, репрезентант, визуальная культура, коммуникация, семиотика, текст, константы, коды.

Введение

Изучение аспектов семиотики прически обусловлено повышенным интересом общества к визуальному образу человека в повседневной культуре и его компонентам, которые исследуются представителями различных гуманитарных наук. Прическа как компонент внешности и ее репрезентант является одним из динамичных средств, влияющий на быструю смену внешности с целью поиска должной социальной роли в коммуникационном пространстве.

Несмотря на наличие фундаментальных идей в области изучения семиотики, в отечественной и зарубежной науке семиотика прически ни разу не являлась объектом специального исследования. Исследование семиотики прически позволит определить взаимосвязь каналов трансляции и интерпретации текстов причесок коммуникантами, и обратить внимание на прическу как активный объект визуальной культуры. Поэтому интересными для изучения являются такие вопросы: как воспринимаются и интерпретируются тексты причесок, характерные для разных социальных ролей? Какую роль играет семиотика прически в коммуникации социальных групп?

Методика исследования

Основой исследования прически как репрезентанта современной культуры послужил семиотический подход, который позволил изучить тексты причесок посредством анализа смыслов и значений ее знаков, культурных кодов, и роли в жизни человека и общества. Методологические основания данного подхода представлены в работах Ю.М. Лотмана, К.Д. Скрипника и Дж. Фиске.

Также в исследовании использовались теоретические положения, содержащиеся в трудах ученых, работающих в области теории коммуникаций и философии моды, таких как А.Б. Гофман, М.И. Килошенко, С. Махлина, Л. Свендсен, И.В. Чельшева, А. Кroeber, J. Richardson. Анализ полученных данных позволил определить предпосылки выбора и трансформации констант и культурных кодов, используемых в формировании семиотики причесок разных социальных групп, и влияющих на интерпретацию текстов причесок в коммуникационных процессах.

В рамках данного исследования применялось также несколько дополняющих подходов. Игровой подход способствовал определению прически как объекта социокультурного общения, участвующего в установлении социальной роли человека в обществе. Психоактуалистический подход позволил позиционировать прическу как компонент образа, посредством которого можно изучать эмоциональные особенности коммуникантов, а также влиять на результат коммуникации. Социологический подход дал возможность рассмотреть взаимосвязь текстов причесок с рядом социальных факторов.

Основная часть

Изучение культуры понимается как расшифровка сообщений или вскрытие заключенных в знаки смыслов и значений. В современной культуре главенствующую позицию среди невербальных средств выражения занимают именно визуальные образы и их компоненты [Лотман, 1973]. Одним из таких компонентов является прическа, которая может являться средством процесса коммуникации, активно на нее влияющим.

Понимание текстов причесок может являться способом невербального социокультурного взаимоотношения. Смысл социокультурного обмена информацией в визуальной культуре заключается в обеспечении возможности формирования социальных связей, передачи социального опыта, понимания между людьми любыми невербальными средствами. И.В. Чельшева заостряет внимание на том, что социокультурная информация по-особому интерпретируется с учетом конкретно-исторической формы, социальной группы и личности [Чельшев, 2016, 6–7].

На основании утверждения Ю.М. Лотмана о том, что текст является специфическим семиотическим понятием, а именно структурированной знаковой системой, выделенной из какого-либо денотатного поля с целью извлечения информации [Лотман, 2015, 33-34], формулируется тезис о том, что прическа является совокупностью знаков культуры, т.к. ее форма как означающий элемент (эстетическая вещь) неотрывно связана с означаемым (культурным смыслом), то есть содержанием.

Взаимосвязь формы и содержания лежит в основе текстов причесок, которые играют одну из значимых ролей в формировании идентичности человека в определенной социальной группе. По словам Л. Свендсена в новейшем обществе идентичность определенного человека меньше зависит от экономического статуса, чем это было раньше, а точнее, экономический статус утратил главенство и в своем значении сравнялся со многими другими факторами [Свендсен, 2007, 211], одними из которых являются профессиональная принадлежность и эмоциональные особенности человека.

На формирование текстов причесок в большей степени, чем на другие знаковые системы, влияет мода. Это подтверждается словами А.Л. Крёбера и Д. Ричардсона: «...мода влияет на образ жизни, на идеологические, моральные, эстетические взгляды людей, но активнее всего проявляется в формировании внешнего вида человека, в выборе одежды и прически» [Richardson, Kroeber, 1940, 112-113]. Смена моды в прическе легко воспринимается коммуникантами любых общественных групп, так как является более доступной в условиях ежедневной смены социокультурных ситуаций и эмоций коммуникантов.

А. Б. Гофман говорит, что коммуникация в обществе не может осуществляться без каких-либо знаковых средств [Гофман, 2010, 118]. А участие в моде, по словам М.И. Килошенко – это специфическое взаимодействие, контактов, связей между субъектами моды, зачастую обозначаемое как коммуникация [Килошенко, 2017, 50]. Моду называют одним из способов психологического воздействия в процессе общения наряду с внушением, убеждением и подражанием [Килошенко, 2017, 67]. В подтверждение можно привести и слова С. Махлиной: «Мода имеет определенный спектр воздействия на образ жизни, на идеологические, моральные, эстетические взгляды людей» [Махлина, 2009, 92]. Поэтому о моде, профессиональной принадлежности и эмоциональных особенностях, можно говорить как о факторах формирования образа человека для идентичности в определенной социальной группе.

В основе социокультурной коммуникации лежит обмен информацией, посредством культурных текстов. Для текстов причесок характерен визуальный язык, реализующийся в денотативном сообщении, которое в процессе восприятия и интерпретации преобразовывается в коннотативное сообщение. Денотативное сообщение формируется посредством художественных средств (констант) прически (форма, линии, цвет), которые можно выявить на основе текстов В.Д. Корнеева [Корнеев, 1989], И.С. Сыромятниковой [Сыромятникова, 2008], Т.А. Черниченко и И.Ю. Плотниковой [Черниченко, Плотникова, 2011].

Форма характеризуется геометрическим восприятием, обусловлена принадлежностью к

стилю, и влияет на восприятие особенностей внешности коммуниканта и назначение модели. Линии в тексте прически отражают ее свойства генерировать определенные эмоции и способствуют выявлению взаимосвязи с социокультурными предпосылками и психологическими особенностями коммуниканта. Цвет в прическе является идентификатором исторической эпохи, модных тенденций и внешних параметров коммуниканта (цветотипа), оказывает различное действие на органы чувств коммуниканта. Данные константы отражают стиль текста прически, передают культурные предпочтения социальной группы коммуникантов, а также влияют на способ коммуникации (назначение прически).

Трансляция текстов прически в современной культуре происходит по естественным, или целенаправленно заданным трансляционным каналам, классификация которых представлена Дж. Фиске («ограниченные» и «широкие») [Fiske, 2002] и К.Д. Скрипником (коммуникативные социальные, текстуальные и интерпретативные коды) [Скрипник, www]. Ограниченные коды используются для трансляции визуального отличия коммуникантов, широкие - с целью упрощения восприятия текстов. Коммуникативные коды транслируют: социальные – особенности половозрастной ориентации, внешних параметров, и темперамента; текстуальные – модные предпочтения, принадлежность к профессии и правила игры социального поведения; предпосылки выбора констант прически, принадлежность к исторической эпохе культуры и общепринятые правила и требования к выбору средств коммуникации; интерпретативные – особенности зрительного восприятия и принадлежность к расе, социальным стратам и группам. Данные коды наилучшим образом позволяют изучить семиотику прически, лежащей в основе социокультурной коммуникаций.

Предложенные константы и коды не могут быть постоянно устойчивыми, так как процесс смены социокультурных условий, предполагает трансформацию семиотики прически. В связи с чем, прическа определяется как знак, семиотические характеристики которого трансформируются в процессе смены социальных ролей коммуникантов. Чем больше вариантов организации констант и трансляционных каналов воспринимают представители разных социальных групп, тем больше возрастает коммуникативная значимость прически в культуре.

Варианты прочтения текстов причесок в процессе социокультурной коммуникации в данной статье будут рассмотрены на примере визуального анализа кадров из фильмов «Москва слезам не верит», «Красотка» и «Дьявол носит Prada». В данных фильмах главные героини кардинально меняют прическу в процессе смены сюжетов и социальных ролей.

В кадрах мелодраматического фильма «Москва слезам не верит», который снял советский режиссёр В. Меньшов в 1979 году, главная героиня (актриса Вера Алентова) транслирует такие социальные роли, как Екатерина (Катя, Катерина) Александровна Тихомирова, мать Саши, возлюбленная Гоши, бывшая возлюбленная Родиона, подруга Люды, Тони и Коли, директор комбината. У главной героини не сложились отношения с любимым человеком, но она не отчаялась, сумела в одиночку вырастить дочь, сделать карьеру, и встретить прекрасного человека.

По началу образ героини дополняет повседневная прическа 80-х годов. Текст прически говорит о принадлежности к молодежной группе, невысоком уровне достатка и отсутствии интереса к модным тенденциям [Светличная, 2017]. Естественная организация констант прически простая, транслируется «широкими» социальными кодами, понятными для основной массы населения данного исторического периода. Коннотации формируются на основе половозрастной ориентации, внешних параметров, темпераменте коммуниканта и его социальном поведении (рис. 1, а), б)).

В определенной ситуации главной героине необходимо поменять свою социальную роль, чтобы произвести впечатление на коммуникантов более высокой социальной страты. Для целенаправленной трансляции значимости константы прически увеличиваются и оформляются с учетом модных тенденций, проявляется диспропорциональность в отношении прически и внешности. Трансляция текста происходит посредством «органиченных» социальных кодов, понятных данной социальной группе (рис. 1, в)).



а)



б)



в)

Рисунок 1- Прически главной героини кинофильма Москва слезам не верит

Для свидания главная героиня выбирает пластичную естественную организацию констант прически, оформленную в романтическом стиле, для донесения текста о заинтересованности в мужском внимании (рис. 2 а)). Трансляция текста происходит посредством «широких» текстуальных кодов, которые акцентируют внимание на стиле в образе и эмоциональных особенностях коммуниканта.

Для формирования коннотаций о сложной жизненной ситуации формируется текст прически, который будет говорить об отвлечении внимания от внешности и привлечении внимания к внутренним переживаниям. Спонтанно и естественно определяется минимальная организация констант (рис. 2 б)), которые транслируются интерпретативными кодами, акцентирующими внимание на особенностях социальной ситуации.

Когда статус главной героини в профессии и обществе меняется, трансформируется и ее внешний образ, требующий и целенаправленное изменение текста прически. Коннотации формируются на основе принадлежности коммуниканта к руководящей должности и классического стиля прически (геометричная форма, лицо частично закрыто и тщательно оформленные элементы) (рис.2 в)).

Встреча с бывшим возлюбленным главной героини предопределяет целенаправленный выбор минималистичных констант для формирования и трансляции текста об отсутствии эмоций (рис. 3 а)). Для общения в зоне комфорта (неформальная обстановка) естественно и спонтанно формируется текст, транслирующий посредством «широких» кодов эмоциональное удовлетворение и открытость к коммуникации. Константы пластичные и лицо открытое (рис.3

б)). Сложная ситуация, связанная с потерей возлюбленного влияет на естественную организацию текста прически, который транслирует информацию о том, что внешняя оболочка в данной ситуации не так важна, как понимание и любовь (рис. 3 в)).



а)



б)



в)

Рисунок 2- Прически главной героини кинофильма Москва слезам не верит



а)



б)



в)

Рисунок 3- Прически главной героини кинофильма Москва слезам не верит

В кадрах комедийной мелодрамы «Красотка» (англ. *Pretty Woman*) снятого американским режиссёром Г. Маршаллом в 1990 году, главная героиня (актриса Джулия Робертс) в силу жизненных обстоятельств вынуждена постоянно менять социальные роли. Она и обычная девушка Вивиан Уорд и проститутка Вивиан. Ее мимолётное знакомство с финансовым магнатом Э. Льюисом заставляет их обоих переосмыслить жизненные ценности. Мечта Вивиан о рыцаре на белом коне, который поможет ей изменить жизнь сбывается.

В начале сюжета зритель встречается с очень ярким внешним образом главной героини, в котором проследивается отсутствие стиля и гипертрофированный объем, что характерно для причесок 90-х годов. Прическа выступает в качестве «маски», которая скрывает настоящий образ главной героини, «широкие» интерпретативные коды транслируют ее принадлежность к вульгарной профессии. Константы прически преувеличены, их цвет на соответствует цветотипу внешности (рис. 4 а)).



а)



б)



в)

Рисунок 4- Прически главной героини кинофильма Красотка

В повседневной жизни главная героиня комфортно себя чувствует в другом образе, поэтому текст прически кардинально меняется. Константы прически акцентируют внимание на образе общительной, жизнерадостной девушке (лицо открыто, линии уложены с учетом структуры волоса). На формирование коннотаций влияют «широкие» социальные коды (рис. 4 б)).

Получив приглашение от нового знакомого на деловую торжественную встречу в высокой социальной страте, главной героине необходимо изменить внешний образ и текст прически (рис. 4 в)). Константы организации с учетом модных тенденций, их объем увеличен в высоту, присутствует асимметрия и динамика. Данный текст при помощи «ограниченных» текстуальных кодов говорит позволяет адаптироваться к новой социальной роли и произвести впечатление на коммуникантов данной группы.

Для делового обеда в этой же социальной группе главная героиня немного изменяет текст прически. Константы организованы лаконично и менее объемно, но модные способы обработки волос сохраняются (рис. 5 а)), коды меняются на социальные.

Для коммуникации на пикнике, главная героиня предстает совершенно в другом образе. Семиотика прически транслирует при помощи интерпретативных кодов текст о гармоничном и комфортном образе, понятном в любой социальной группе (рис. 5 б)), так как лицо открыто, пластичные константы сконцентрированы на затылке.

В последнем сюжете фильма, главная героиня транслирует желаемую социальную роль и образ (рис. 5 в)). Константы динамичные, проработанные с учетом модных тенденций и индивидуальных эмоциональных и физиологических особенностей героини. Транслируется текст о романтической принцессе, которая была всегда внутри заимствованных образов.



Рисунок 5- Прически главной героини кинофильма Красотка

В комедийной драме «Дьявол носит Prada» 2006 года (англ. The Devil Wears Prada) режиссёра Д. Френкеля по одноименной книге Л. Вайсбергер, рассказывается о молодой девушке, попавшей на работу в один из влиятельных модных журналов. Главная героиня (актриса Энн Хэтэуэй) меняет социальные роли в процессе утверждения в профессии. Она и Андреа (Энди) Сакс, выпускница Northwestern University по специальности «журналист», и младшая ассистентка властной и требовательной Миранды Пристли, и ее главная ассистентка, и представитель журнала на модных мероприятиях, и любимая девушка бойфренда Нейта, и обманутая девушка.

Изначально у главной героини организация констант в причёске отсутствует (чистые свободные волосы) (рис. 6 а)), что говорит о незаинтересованности к восприятию ее образа коммуникантами любой социальной группы.



Рисунок 6 - Прически главной героини кинофильма Дьявол носит Prada

Когда Энди утверждают на должность ассистентки, у нее появляется необходимость коммуницировать в деловом пространстве социальной группы «индустрии моды», поэтому в ее прическе видны попытки организации констант (рис. 6 б)). Но для данного текста выбраны не соответствующие каналы трансляции, так как социальная группа, в которую объединены работники журнала мод «Подиум», их не воспринимает. Обращение к «активным» коммуникантам данной группы, позволяет Энди правильно организовать семиотику прически (рис. 6 в)). Текст прически уже говорит о принадлежности к данной группе, так как транслирует интерес к модным тенденциям и гармонизации внешности.

Поддержание нового образа при выполнении профессиональных задач, требует более строгой организации констант (рис. 7 а)), чем в повседневной жизни (рис. 6 в)). Этому способствуют «узкие» коды, сообщающие о принадлежности к деловой профессиональной сфере.

Для того чтобы подчеркнуть романтическое настроение во время свидания, константы прически героини приобретают другую эмоциональную характеристику (рис. 7 б)). Линии уже не прямые жесткие, а мягкие и витиеватые. Транслируются они при помощи широких интерпретативных кодов, понятных разным социальным группам.



а)



б)

Рисунок 7 - Прически главной героини кинофильма Дьявол носит Prada

Продвижение по карьерной лестнице требует и усиление текста прически, для которого выбираются уже не спонтанные, а целенаправленные каналы трансляции с ожидаемой реакцией коммуникантов. Высота прически приподнимается с комбинацией мягких и концентрированных констант, каждая из которых необходимо расположение (рис. 8 а)), каналы транслируют значимости коммуниканта в определенной профессиональной сфере, коды понятны всем социальным группам.

При полном погружении в данную социальную группу, когда Энди становится правой рукой редактора журнала, требования к ее образу и тексту прически становятся уже обязательным, не только группы, но и социальной страты, к которой она пытается приблизиться. Все константы прически высоко расположены и тщательно уложены с учетом модных тенденций (рис. 8 б)). Широкие социальные коды транслируют текст о принадлежности к группе по интересам к индустрии моды и красоты.



а)

б)

Рисунок 8 - Прически главной героини кинофильма Дьявол носит Prada

На основе изученных текстов причесок можно утверждать, лаконичная организация констант выбирается для целенаправленной трансляции текстов в бизнес коммуникации. Преувеличение констант – для целенаправленной трансляции текста «значимости» в социальной страте, но не всегда принадлежности к ней. Динамика и текучесть констант используются для естественной трансляции сексуальной привлекательности коммуникантов. Отсутствие в организации констант наблюдается в семиотике причесок, транслирующих отсутствие желания в коммуникации и привлечение к сложным жизненным обстоятельствам. Целенаправленное преувеличение всех констант, организованных без учета индивидуальных особенностей коммуникантов, транслирует текст об эмоциональной и стилистической свободе. Акцентирование внимания только на определенных константах, способствует коммуникации в социальных группах, объединенных по интересам к модным тенденциям.

Заключение

В результате проведенных исследований можно утвердительно говорить о прическе как о смыслонасыщенном репрезентанте, который трансформируется в процессе изменения социальных ролей коммуникантов. Правильно подобранные тексты причесок к внешним образам коммуникантов развивают желание к изменению уровня коммуникации для достижения какой-либо социально-эстетической цели. Семиотика прически в современной культуре трансформируется с учетом таких факторов как социокультурная ситуация, эмоциональные особенности коммуникантов и тенденции моды.

Прическа в социокультурной коммуникации способствует трансляции культурного опыта, внутреннего состояния коммуникантов, социальной принадлежности и эстетических предпочтений. Цель коммуникативного процесса заключается в достижении взаимопонимания индивидов, групп с указанием на чувства коммуникантов в определенной ситуации. Вариативность констант прически в процессе культурной коммуникации универсализирует данный процесс, обеспечивая соблюдение семиотических правил взаимодействия для

достижения эмоционального и социального удовлетворения. Полученные знания о семиотике прически позволят подбирать и/или формировать прически, удовлетворяющие запросы на соответствие существующим или желаемым социокультурным ролям, считывать естественно организованные или целенаправленно сформированные тексты причесок.

Библиография

1. Гофман, А. Б. *Мода и люди: новые теории моды и модного поведения*. – Москва : КДУ, 2010 – 228 с.
2. Килошенко, М. И. *Психология моды: теоретические и прикладные аспекты*. – Санкт-Петербург: СПГУТ, 2017. – 194 с.
3. Корнеев, В.Д. *Моделирование и художественное оформление прически*. – Москва: Легкая промышленность и бытовое обслуживание, 1989. – 192 с.
4. Лотман, Ю. М. *Семиотика кино и проблемы киноэстетики*. – Таллин: «ЭэстиРаамат», 1973. – 140 с.
5. Лотман, Ю. М. *Структура художественного текста. Анализ поэтического текста*. — Москва: Азбука, Азбука-Аттикус, 2015. — 704 с.
6. Махлина, С. *Семиотика культуры повседневности / С. Махлина*. – Москва: Алетейя, 2009. – 232 с.
7. Свендсен, Л. *Философия моды*. – Москва: Прогресс-Традиция, 2007. – 256 с.
8. Светличная, И.В. Семиотика прически. Роль культурных кодов // *Культура и цивилизация*. – 2017. – Т. 7. – № 2А. – С. 492-496
9. Скрипник, К.Д. Семиотический глоссарий: определения знака в семиотике Ч.Пирса [Электронный ресурс] / CREDO NEW теоретический журнал. – Режим доступа: <http://credonew.ru/content/view/406/29> (дата обращения: 05.10.2018).
10. Сыромятникова, И.С. *История причёски*. – Москва: РИПОЛ классик, 2008. – 304 с., ил.
11. Чельшева И.В. *Социокультурное поле медиа: реальность, коммуникация, человек: монография*. М., 2016.
12. Черниченко, Т. А., Плотникова, И. Ю. *Моделирование причесок и декоративная косметика*. – Москва: Издательский центр «Академия», 2011. – 232 с.
13. Fiske, J. *Introduction to Communication Studies*. – London: Routledge, 2002. – 224с.
14. Richardson, J., Kroeber, A. *Three Centuries of Women’s Dress Fashions: A Quantitative Analysis* // *Anthropological Records*. – 1940. – № 5(2). – P. 111–153

Semiotics hairstyles in the processes of socio-cultural communication

Irina V. Svetlichnaya

Senior Lecturer

Department of Design and Technology of Light Industry Products

Omsk State Technical University

644050, 11, Mira av., Omsk, Russian Federation;

e-mail: irisvetlichnaja@mail.ru

Abstract

The article considers hairstyle as a meaningful representative of culture, in the formation of which the hairstyle constants play an important role, chosen taking into account sociocultural factors and emotional characteristics of communicants. The concept of semiotics hairstyle is formulated, which consists in its interpretation as a moving multi-valued component of a visual image. The role of translation channels involved in the transfer of texts hairstyles. As a result, it was determined that the phased understanding of the hairstyle as the text of culture contributes to the socio-cultural dialogue.

The paper shows that hairstyle in socio-cultural communication contributes to the transmission

of cultural experience, the internal state of communicants, social belonging and aesthetic preferences. At the same time, the goal of the communicative process is to achieve mutual understanding of individuals, groups, indicating the feelings of communicants in a situation. The variability of hairstyle constants in the process of cultural communication universalizes this process, ensuring compliance with the semiotic rules of interaction to achieve emotional and social satisfaction, therefore, hairstyle in sociocultural communication contributes to the transmission of cultural experience, the internal state of communicators, social affiliation and aesthetic preferences.

For citation

Svetlichnaya I.V. (2018) Semiotika pricheski v protsessakh sotsiokul'turnoy kommunikatsii [Semiotics hairstyles in the processes of socio-cultural communication]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 8 (5A), pp. 259-270.

Keywords

Hairstyle, representative, visual culture, communication, semiotics, text, constants, codes.

References

1. Lotman, Y. M. (1973) Semiotics of cinema and problems kinestetike. – Tallinn: "Aastaraamat", - 140 p.
2. Chelysheva I. V. (2016) Socio-Cultural field of media: reality, communication, man: monograph. M.
3. Lotman, Yu. M. (2015) the structure of the literary text. Analysis of the poetic text. — Moscow: Azbuka, Azbuka-Atticus, - 704 p.
4. Svendsen, L. (2007) Philosophy of fashion. - Moscow: Progress-Tradition, - 256 p.
5. Richardson, J., and Kroeber, A. (1940) Three Centuries of Women's Dress Fashions: A Quantitative Analysis // Anthropological Records. - № 5 (2). – P. 111-153
6. Hoffmann A. B. (2010) Fashion and people: the new theory of fashion and fashionable behavior. - Moscow: KDU, -228 p.
7. Kolosenko, M. I. (2017) fashion Psychology: theoretical and applied aspects. – Saint Petersburg: sprout, - 194 p –
8. Makhlina, S. (2009) Semiotics of everyday culture / S. Makhlina. - Moscow: Aleteya, - 232 p.
9. Korneev, V. D. (1989) Modelling and decoration of the hairdos. - Moscow: Light industry and consumer services, 192 p.
10. Syromyatnikov, I. S. (2008) the history of the hairstyle. – Moscow: RIPOL Klassik, 304 p., II.
11. Chernichenko, T. A., and Plotnikova, I. Y. (2011) Modeling of hair and makeup. - Moscow: publishing center "Academy", 232 p.
12. Fiske, J. (2002) Introduction to Communication Studies. London: Routledge, 224s.
13. Skripnik, K. D. Semiotic Glossary: definitions of sign in CH. Pierce's semiotics [Electronic resource] / CREDO NEW theoretical journal. – Mode of access: <http://credonew.ru/content/view/406/29> (date accessed: 05.10.2018).
14. Svetlichnaya, I. V. (2017) Semiotics hairstyles. The role of cultural codes // Culture and civilization. - Vol. 7. - №2A. - P. 492-496