

**Александра Тьюте**

(Alexandra Tuite) — независимый исследователь, сотрудница Квинслендского технологического университета. Изучает мелкомасштабные практики в креативных индустриях, особенно в сфере моды, декоративного искусства и дизайна, в том числе гендерно маркированные трудовые практики, а также социальные, культурные и промышленные структуры, стоящие за производством и потреблением культуры.

# Гендерно маркированное предпринимательство и труд онлайн-потребления в сегменте независимой моды

В постиндустриальной экономике, где ценятся уверенность в своих силах, умение анализировать и гибкость, предпринимательский труд занимает все более заметное место (Taylor & Luckman 2018; McRobbie 2016). Ключевую роль в этих переменах играет способность технологий и социальных медиа предоставлять предпринимателям площадку для высказываний, помогающую им вступать в диалог, быть услышанными и расширять свою аудиторию (Elias et al. 2017). Мода — телесная форма культуры (Entwistle 2015) и индустрия, где заняты преимущественно женщины, а значит, где перед женщинами открывается более широкое поле для предпринимательской деятельности, чем в других творческих индустриях (см., например: Evans & Thornton 1991; Molloy & Larner 2013). Поэтому на стыке неолиберализма, социальных медиа и моды мы видим, что женщины выполняют эмоционально

Статья впервые опубликована в журнале Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture (2021. Vol. 25.3)



и эстетически насыщенную работу с возрастающей тщательностью, энергией и отдачей (Banet-Weiser 2017; Elias et al. 2017; Pham 2015). В статье я анализирую взаимодействие двух инстаграм-аккаунтов<sup>1</sup> с точки зрения этих тесно переплетающихся вопросов и на материале труда в сфере онлайн-потребления. Цель состоит в том, чтобы понять, во-первых, как происходит такое взаимодействие в онлайн-формате, а во-вторых, что оно говорит о гендерно маркированном труде и предпринимательстве в сфере моды. Первый инстаграм-аккаунт — официальная страница американского независимого модного бренда Elizabeth Suzann. Второй — страница для перепродажи, созданная клиентами бренда, онлайн-платформа для торговли одеждой Elizabeth Suzann, а также для обсуждения и обзора продукции бренда.

**Продолжение и иллюстрации в печатной версии.**