

realization is grounded. The relationship between self-realization in the contemporary socio-cultural environment and the culture code is shown, where the code acts as a mechanism for self-realization.

The culture acts as a common means of realization of an individual. The unity with other people we find due to the general code of culture. True self-realization can be achieved as a result of the development of the culture code. The need for self-realization is transformed through the culture. In that case self-manifestation performs in a wider range. As a result life is more full and saturated. The personality, whose self-realization is carried out in the era of globalization, faces the choice between the varieties of cultures and his or her own ethnic culture. Many people oppose these two concepts. However, the author of the study believes that the code of the ethnic culture itself serves that very mechanism by which individual's self-realization into mass culture occurs. By attributing the culture code to the communicative and adaptive mechanisms it is possible to allocate its foundation: traditional components of any culture (written and oral speech and others); collective sensory-emotional reaction to an external influence (images, concepts, abstract thinking, and others.).

In this case culture is able to transform, change and mutually enrich the interaction with other cultures. The culture code generates patterns of perception and behavior of a particular style of communication, awareness of belonging to an ethnic group. Each person in the period of globalization can find a way of cross-cultural contact, if communication includes culture codes as its mechanisms. Such mechanisms, being universal for any model of culture, carry out an act of communication not only as a simple transfer of messages from the addressee's consciousness to the recipient's, but as the mechanism that carries out the translation from my language (I) into your language (YOU). Such foreshortening of the research is the most perspective; it allows preserving a personal component in the process of self-realization in the context of globalization and spreading the mass culture.

**Novelty.** On the basis of systematization of knowledge on the subject the connection of person's self-realization and the culture code is demonstrated in the modern socio-cultural environment, where the code acts as a mechanism of self-realization.

**The practical significance.** This article may be a theoretical basis for further research on the theory of culture.

**Key words:** Person's self-realization, culture code, culture mechanism.

*Надійшла до редакції 11.11.2016 р.*

УДК 168.522+687.016:305

## ГЕНДЕРНЕ ТЛО У СУЧАСНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ МОДИ

*Дихнич Людмила Петрівна*, кандидат історичних наук,  
доцент кафедри індустрії моди, Київський

національний університет культури і мистецтв;

*Костюченко Олена Вікторівна*, доктор психологічних наук,

професор з/н кафедри індустрії моди, Київський

національний університет культури і мистецтв, м. Київ

3555620@ukr.net

Визначено сутність: моди як системи дрес-кодів, що розмежовують статеві і класові відмінності за встановленими правилами; модного одягу як матеріальної репрезентації соціальних форм, кульмінаційного вираження ідеї гендерної нерівності; *переосмислено* взаємовідносини між чоловічою та жіночою ідентичністю в моді; *виявлені* детермінанти та принципи формування і презентації фемінності й маскуліності, стилю унісекс як гендерної рівноправності і трансформації гендерних ролей; *наголошено* на якісних змінах у жіночій і чоловічій моді, що засвідчують загальний вектор розвитку у сфері гендерних відносин до прогресуючого зростання жіночої емансипації, рівності статей, біархату, розмивання кордонів гендерних категорій і наповненні їх новим змістом.

**Ключові слова:** мода, модний одяг, гендер, гендерні відмінності, жіночність, маскуліність, маскулінна і жіночна ідентифікація.

**Постановка проблеми.** Сучасні концепції моди викликають зацікавлення фахівців, практиків і теоретиків моди для з'ясування низки проблем, а саме – природи моди та її атрибутів, принципів її функціонування, вивчення механізму впливу моди на преференції щодо зовнішнього самовиразу сучасників наприкінці ХХ – початку ХХІ ст. Слідування моді частково дозволяє вирішити глобальне протиріччя, яке визначає специфіку життєвого руху, – між твердою об'єктивною детермінованістю особистого життя і можливостями маневрувати в часі.

Важливою для нашого дослідження є думка Д. Боярина, згідно з якою, коли мова йде про гендер, маємо справу з «практичними моделями поведінки і процесами, що перетворюють людей в об'єкт інтерпеляції, результатом якої є загальна переконаність у тому, що статева приналежність поділяє людство на дві (або більше, що спостерігається в деяких культурах) по-різному організованих

підсистем, і такий поділ здається природним, тобто сприймається як щось існуюче у всі часи» (Boyarin 1998: 117) [6]. Термін «гендер» (поняття з'явилося у 1975 р.) не вказує на природну, а соціокультурну причину міжстатевих відмінностей. Як зауважив Р. Лернер, гендер – «набір соціальних ролей; це – костюм, маска, гамівна сорочка, в яку чоловіки і жінки виконують свої нерівні танці» [5; 47].

У роботі відомого німецького мислителя Ф. Ніцше «Мандрівник і його тінь» [9; 3] порушено проблему моди XVIII ст. в Європі і сучасності, акцентуючи свою увагу на відмінності чоловічої і жіночої моди. Характеризуючи чоловічу моду підкреслюється: чоловіки не схильні виражати свою індивідуальність через костюм, щоб не кидатися в очі; чоловік, у першу чергу, ділова людина, він повинен займатися роботою, а не витратити час на костюм і прикраси, подібна розкіш заважає роботі тощо.

У жіночій моді Ф. Ніцше виокремив такі особливості: прагнення до індивідуальності, несхожості, що можливо здійснити лише за допомогою моди; костюм здатний підняти жінці не лише самооцінку, але й наблизити її зовні до високостатусних груп; у жіночому одязі простежується тенденція диференціації за віком, до якої жінки вдаються, не лише, щоб приховати вік, але й обдурити чоловіків. Ґрунтуючись на останній характеристиці, автор виділяє в жіночій моді дві особливості, притаманні лише жінкам: гра «оголення» – використовується, щоб підкреслити молодість, красу, і гра в «хованки», щоб стати загадкою для чоловіків. Очевидно, що дані тенденції є актуальними і сьогодні. Сучасні модниці легко поєднують «оголення» та «хованки» інтуїтивно, не замислюючись, у той час як чоловіки віддають перевагу корисності, зручності одягу в конкретних умовах.

Гендерний аспект в моді Ф. Ніцше називав основним, оскільки жінки більш схильні до впливу модних тенденцій, ніж чоловіки, в силу своєї природи і соціальної ролі.

Теоретичним підґрунтям для написання статті стали роботи таких вітчизняних та зарубіжних науковців, як М.-Т. Басс, К. Бруард, О. Буржелен, Б. Вінкен, М. Готдинер, О. Гурова, К. Гусарова, К. Еванс, В. Карамінас, Е. Кроулі, М. Літовська, С. Лубенець, А. Майзелев, П. Макніл, А. Макуїн, А. О'Ніл, Д. Паолетті, Д. Потвін, А. Роткірх, Л. Рудова, П. Стеорн, А. Тьомкіна, О. Хорошилова й ін.

*Мета статті* полягає у висвітленні гендерної проблематики у сучасних дослідженнях теорії та історії моди.

*Аналіз останніх досліджень і публікацій.* Традиційний погляд на одяг у зв'язку з проблемою гендерної стратифікації представлений британським антропологом Е. Кроулі, який стверджував у 1930-ті роки, що фізичні відмінності між статями безпосередньо й органічно співвідносяться з модою, оскільки саме будова тіла підказує і задає форму одягу. Спираючись на приклади з історії та сучасності і звертаючись до культур різних народів, Кроулі прагнув продемонструвати, яким чином чоловіче або жіноче тіло перетворює одяг у матеріальну репрезентацію соціальних форм, коли костюм являє собою кульмінаційне вираження ідеї гендерної нерівності, і якщо б люди різних статей одягалися однаково, одяг втратив би свою принципову соціальну значущість (Crawley 1965: 72-74).

Однією з особливостей сучасної моди є переважна участь у ній жінок як найбільш активної категорії, що піддається впливу модних тенденцій [2; 87]. Винятковим випадком зміни моди під впливом гендерних особливостей стає мода на певний об'єкт, але вона формується не під впливом модних тенденцій, а саме відносин між статями. Найбільш яскравим прикладом зближення чоловічої і жіночої моди є носіння жінками штанів. Як справедливо зауважує А. Гофман, у Біблії говориться про заборону подібного явища: «На жінці не повинно бути чоловічого одягу, і чоловік не повинен одягатися в жіноче плаття, бо мерзенний перед Господом Богом твоїм кожен робить се» [1; 287].

Відповідно думки Еразма, одяг певною мірою є тілесною оболонкою для тіла, відображенням моральної та соціальної гідності, за якою можна зрозуміти склад характеру людини (Erasmus 1985, vol. XXV: 278). Одяг як один із найбільш важливих інструментів виконує навчальну функцію у розвитку дітей, потреби виглядати жіночно або мужньо; кольори, імена та іграшки для хлопчиків і дівчаток також пов'язані з поширеними уявленнями про гендерні відмінності у ту чи іншу епоху.

Як зауважує О. Хорошилова у статті «Андрогини Великої війни» (2012 р.), незвичайним є визнання третьої революції – гендерної, коли війна знищила дівчат Гібсона, зліпила големів – грубуватих простакуватих баб, які не боялися важкої чоловічої роботи, кулі і багнета. «Ондюласьон» і драматичний макіяж німих кінокрасунь їм категорично не підходив. Міцно замішані на глині, крові і сажі, вони чудово виглядали в зручних англійських костюмах, блузах і бриджах, короткуватих спідницях на військових кринолінах. Але найбільше їм йшла форма – френчі, шинелі, бекеші, папахи. І деякі, пожертвавши шовковими волоссям і бантами, поголені «під три нуля», в повному обмундируванні і спорядженні, вирушили на фронт не жінками – але рядовими піхотних полків із документами на ім'я «Івана», «Захара», «Кузьми». Великий парадокс Великої війни – надівши сувору

армійську форму, жінка отримала свободу. І поки суфражистки гунділи про абстрактні права, російські баби першими в світі отримали офіційне право носити чоловічі військові формени штани, випередивши цим голлівудських дів 1930-х і американських феміністок 1960-х років [15].

У роботах А. Маккуїна (1993-1995 рр.) ненависть до жінок виявлялась у їх основній властивості – театралізації та естетиці жорстокості у стилістиці його колекцій і дизайні, де була не тільки основною темою, але й складовою техніки крою і методів конструкції одягу. У ранніх колекціях тканину зазвичай було порізано, поштрикано або порвано, і кожен елемент колекції так чи інакше відсилає до теми образу («Жах і жадання: О. Маккуїн і сучасна фатальна жінка» Керолайн Еванс (Caroline Evans, 2003 р.) [14].

Рання радянська культура однаково відкидала як буржуазний споживацький підхід до життя, так і комерційну установку на домінуючі сексуальності в жіночій красі, пропонуючи своє рішення питання: широко пропагувався новий тип жіночності, основу якої становили «природність», «здоров'я», «гігієна» і повна відмова від використання декоративної косметики [3]. Будь-який натяк на провокуючу сексуальність в одязі, макіяж або особлива манера триматися викликало різке засудження. Таке ставлення до жіночої зовнішності і особливо прагнення деяких жінок у революційній і постреволюційній Росії виглядати по-чоловічому Є. Трофімова вдало називає «революційним трансвестизмом» [7]. Радянські жіночі журнали енергійно насаджували нові правила гарного смаку і поведінки. Зразкова радянська «красуня» сталінської культури повинна була дотримуватися наступних основних принципів жіночності: «акуратність/охайність», «чистота», «професіоналізм», «скромність» і тільки в особливих випадках – «прикрашення» [16; 130]. Такі принципи становили основу мови тіла для представниць радянського середнього класу і диктували їм норми жіночої «пристойності» і «культурності» аж до кінця радянської епохи. Тим не менш, було б помилково стверджувати, що домінуючі в Радянському Союзі офіційні настрої вимагали повністю знищити будь-які прояви «штучної краси» [4; 143].

Стандарти жіночої краси почали змінюватися лише у роки «відлиги», коли СРСР став більш відкритим для Заходу, а товари широкого вжитку доступними для громадян. Наприкінці 1950 – початку 1960-х рр. радянські уявлення про «хороший смак» в одязі були доповнені новими поняттями: «привабливість, жіночність і елегантність», які раніше вважалися «дрібнобуржуазними» (Bartlett 2004: 143) [8]. Однак консервативні уявлення про «хороший смак» продовжували придушувати будь-які спроби відтворити західні зразки жіночої краси. При такому підході не дивно, що в пізній радянській культурі «прозахідний» тип жіночої зовнішності міцно асоціювався з валютними повіями і фарцовщицями, які демонстрували традиційний зовнішній вигляд сексуального вбрання, підриваючи тим самим «пристойні» та вихолощені в сексуальному плані радянські стандарти жіночої краси.

Пострадянські «споживчі казки» цілком співзвучні життю сучасних дівчаток-підлітків, відіграючи активну роль в утворенні та формуванні їх гендерних уявлень. У статті «Дівочки, краса і женственность. Постсоветские «потребительские сказки» Л. Рудова [12] наголошує, що, підігруючи інтерес до моди, догляду за тілом, шопінгу, бездіяльного проведення часу і різним прийомом зваблювання представників протилежної статі, «споживчі казки» змушують повірити у виключне значення зовнішньої краси, хоча і за своєю логікою ці тексти засуджують персонажів, для яких немає нічого понад споживчих інтересів і власної зовнішності. Ця двоїста гендерна соціалізація дівчат-підлітків у пострадянських «споживчих казках» додатково підкріплює результати нещодавно проведеного феміністського соціологічного дослідження, яке показало, що сучасні жінки, незважаючи на власний професіоналізм і компетентність у соціальних питаннях, застрягли немов у пастці між прагненням до незалежності і деспотичним тиском традиційних гендерних уявлень, а багато з них взагалі воліють плисти по хвилях пострадянського «патріархального ренесансу» [10; 177]. Поряд з усвідомлюваними жіночими мотивами слідування моді, можна виділити і неусвідомлені причини, такі як завоювання інтересу до протилежної статі, вираження прихованої сексуальності, отримання схвалення оточуючих, акцентування соціального статусу і т. п.

Виникнення цікавого феномена після II Світової війни досліджує А. О'Ніл (Alistair O'Neill, 2000) у статті «Джон Стівен: презентація маскуліності на Карнабі-стріт, 1957-1975», а саме – ситуації, коли особливості стилю диктувалися специфікою самого процесу споживання, оформленням простору і розташуванням магазину, що суттєво вплинуло на появу стилю нової мужності, пов'язано з частішими відвідуваннями магазинів британськими чоловіками, їх перетворенням на суб'єкти нових споживчих практик під впливом підприємців. У післявоєнній британській чоловічій моді Д. Стівен став символом «модерністських» сарторіальних амбіцій, що знайшли втілення в уніформі модів, яка виставлялась на продаж, виявивши ділову хватку і пристосувалася гомоеротичний стиль [14].

Вихідною основою образу денді, що сформувався у 1790-і роки, став бездоганний гардероб англійського аристократа. Це був зразок строго регламентованого вестиментарного і поведінкового канону, покликаний захистити володаря гардеробу від звинувачень у зніженості, марнотратстві та хворобливої пристрасті до марноти, які асоціювалися із занепадом французької культури (Moers, 1960). Одним з яскравих втілень цього парадоксу є сталість форми чоловічих туюфель. Як зауважує К. Бруард у статті «Маскулінність як мода. Чоловіче взуття і сучасність» (2006 р.), тендітна гармонія естетики і функціональності, як і раніше диктує форму шва на чорних оксфордських туюфлях або кількість отворів для шнурівки на коричневих вуличних черевиках, зберігає в собі відлуння розмов, що раніше формували уявлення про мужність, державність і соціальні класи. Якщо трикотаж і вуличний одяг попередніх поколінь сьогодні сприймаються як звичайна мода, стосунки людей минулого із взуттям здаються більш ґрунтовними; до них неможливо ставитися зі зневагою, що обумовлено мінливістю уявлень про моду; навпаки, вони стають об'єктом вдумливого осмислення проблем відповідності взуття його призначенню, особливостям доккілля [13].

Мистецтво чоловічої модної фотографії і пов'язані з нею сфери виробництва, такі як виготовлення і продаж одягу, створення торгових брендів, у т.ч. маркетинг і реклама, беруть участь у конструюванні цілісного візуального суб'єкта, який «бажає бути бажаним» як для чоловіків, так і для жінок. Образи, що мають еротичну конотацію, часто з'являються в журналах, орієнтованих на змішану споживчу аудиторію. Як сексуально привабливого об'єкта чоловік-модель стимулює спостерігача до споживання демонстрованого продукту різними способами: чоловік-гетеросексуал ідентифікує себе з пред'явленим йому чином, а гетеросексуальна жінка або чоловік-гомосексуал бачать у ньому предмет бажання і оцінки. Вони творять реальність, існування якої дозволяє гетеросексуальним чоловікам практикувати гомосоціальну/ гомоеротичну поведінку в культурно прийнятних формах. Разом із тим дослідження таких репрезентацій допомагає краще зрозуміти, яким чином конструюються і побутують у суспільстві концепти маскулінності [12].

Поява ідеї та образу нового чоловіка у 1980-і роки засвідчила злам усталених уявлень про мужність і зумовило поширення більш сексуальних, ніж раніше, репрезентацій чоловічого тіла. Якщо традиційна ідея маскулінності асоціювалася з виробничою сферою (тобто роботою), то новий чоловік був занурений у світ задоволень і споживання, що раніше належало виключно жіночому простору (Mort 1996; Entwistle & Wilson 2000). Зростання популярності чоловічих модних журналів, таких як «GQ» і «Arena», а також увагу маркетологів та інших фахівців у галузі торгівлі до чоловічої моди і чоловічої споживчої спроможності призвели до зміни типів репрезентації і сприйняття культурних концептів мужності.

Як зазначає Р. Вільямс у статті «Денді й елітарне споживання», феномен масової пристрасті до елітарного стилю зародився в наполеонівську епоху. Автор виділяє чотири ідеальних типи споживчої поведінки, що повною мірою характеризують сучасне суспільство: буржуазний, масовий, елітарний і демократичний. На думку Вільямс, дендизм, описаний Бодлером як «останній спалах героїзму в епоху загального занепаду», являв собою реакцію на «торжество буржуазного способу життя і вульгарного масового смаку, що знайшла втілення в реанімації традиційних цінностей – доблесті, благородних поривів і самовладання» (Williams 1982: 111). Варто уваги те, що особистісний тип метросексуала зародився в епоху масового споживання і достатку, характерних для економічного буму початку ХХІ ст., який за посередництва моди, з'явився передвісником пристрасті соціуму до вампіричних/готичних образів. У 2007 р. другий випуск британського чоловічого журналу «Fashion Inc» із підзаголовком «Біблія мислячого чоловіка» був присвячений «Темній стороні». Він містив редакційні збірки вампірської тематики, присвячені роботам О. Маккуїна й Е. Слімана: перша під заголовком «Принц темряви» з фотографіями роботи К. Хоммі і друга під назвою «Фатальний чоловік» із фотографіями К. Манейго. (Clark 2007: 139). Фотограф К. Грейсон і стиліст М. Адлер у публікації «Пропаді хлопці» (журнал «FASHIONTREND Australia», 2008) продемонстрували утопічний образ молодості, свободи і споживання, де молоді люди постають втраченими душами, вампірами, прогулюються околицями життя соціуму. Однак стиль і світлове рішення фотографій вказують також на наявність тісного зв'язку між чоловіками – моделями, вампірами і денді. Загальний тон фотографії двозначний і є джерелом напруження між жорстким і м'яким типами маскулінності, гетеро- і гомосексуальністю. Ця робота підриває традиційні уявлення про мужність і конструює цілісний образ, в основі привабливості якого – влада і задоволення.

Недавня поява образу денді-вампіра у кінематографії та чоловічій модній фотографії, з одного боку, вказує на зв'язок між споживанням, сексуальним потягом (і вуаеризмом) і владою. З іншого

боку, як зазначає В. Карамінас у статті «Денді-вампір: переосмислення концепцій чоловічої ідентичності в моді, кіно та літературі» (2012 р.), цей феномен піднімає проблему відносин між маскуліною ідентичністю як соціальним суб'єктом і різними видами ідентичності, що сконструйовано за допомогою візуальних кодів. Як сконструйовані особистісні моделі вампір і денді являють собою зручний матеріал для розуміння, аналізу і критики постмодерністських маскуліних суб'єктивностей. Насправді ж популярність образу денді-вампіра свідчить про те, що уявлення соціуму про мужність знову змінюється [12].

У статті П. Макніла (Peter McNeil) «Ця сумнівна стаття: костюм макароні і чоловіча сексуальність» досліджується сексуальний підтекст нарочито претензійного і модного стилю в одязі і манері поведінки групи чоловіків-англійців (1760-1770 рр.). Макароні використовували свої сукні і тіла як зброю у війні стилів, відстоюючи право носити одяг, що традиційно призначався для придворних, або одягати його в тих випадках, коли, за канонами англійської культури, це не було прийнято. Вони засвоювали тенденції сучасної французької та італійської моди у преференції щодо пастельних відтінків, всіляких малюнків і орнаментів – і це в той період, коли в Англії подібний стиль змінили строгі наряди.

Образ макароні створювався не тільки за допомогою дорогого одягу, по-французьки вишуканих манер тримати себе, мови, жестів, косметики та зачісок, але і багато в чому за допомогою театралізованого стилю поведінки. Макароні кидали виклик упереджень, пов'язаних як із гендером, так і з сексуальністю. Історики кінця ХХ ст. робили обережні і стримані припущення про содомські конотації стилю макароні, використовуючи термін «жіночоподібний». Дискурс нейтрального, неприродного гендеру припускав поєднання «недоречної» жіночої атрибутики та чоловічих зовнішності, одягу і поведінки, способу життя, репрезентацією якого служив тілесний вигляд макароні. Костюм макароні слугував розпізнавальним знаком для англійської варіації гомосексуальної субкультури, що виникла в урбанізованій Західній Європі наприкінці XVII ст. Подібні субкультури виникали там же, де виникла і звідки поширювалася мода: Лондонська Королівська біржа, криті галереї, парки і маскаради [12].

У статті «Від трансвестизму до пародії: мода і гендер» Б. Вінкен (Barbara Vinken) відзначила, що мода виникла у другій пол. XIX ст. як постфеодальний феномен, коли існувала система дрес-кодів, зміст і завдання яких полягали в тому, щоб розмежувати статеві і класові відмінності, як наказували встановлені правила. Передбачалося, що суворий порядок в одязі гарантує суспільству відсутність соціальної плутанини. Однак спокуса виглядати не тим, хто ти є насправді, була занадто великою, а досягнути цього було не так і важко, і тому специфічні дрес-коди не могли залишатися в силі надто довго. Уявлення про незнайомця цілком залежали від того, у що він одягнений, одяг «робив» людину [11].

Д. Паолетті (Jo V. Paoletti) у статті «Справжні хлопці носять рожеве!» зазначив, що мода на андрогінність у підлітків і дорослих у 1960-ті роки була викликана різноманітними віяннями масової культури, проте у неї був і більш фундаментальний підтекст: конфлікт поколінь із-за старих і нових норм сексуального самовираження і поведінки. По мірі того як бебі-бумери ставали батьками, одяг унісекс набував все більшого морально-філософського значення у рамках більш широкого напрямку, відомого як «несексистське» або «безстатеве» виховання. У середині 1970-х років феміністські налаштовані батьки прагнули допомогти дітям позбутися найменших натяків на «традиційну» жіночність в одязі, намагаючись щоб на зміну ідеальної маленької леді з їх власного дитинства прийшла дівчинка-шибеник. Відродження традиційної жіночності почалося близько 1980 р.; саме тоді вона стала знову проявлятися у жіночому і дитячому одязі, поступово перетворюючи вигляд навіть самих крихітних дівчаток.

Сучасною масовою культурою сконструйований специфічний образ чоловіка – мешканця великого міста. Так, А. Майзелев (Alla Myzelev) у статті «А ось і чоловік, який в'яже: в'язання і маскуліність на початку XXI ст.» дає таку характеристику метросексуала, або фланера: це людина творча, жаліслива, чутлива, його люблять навколишні, він завжди добре виглядає і зовсім не схожий на мачо; не просто частинка натовпу, а втілення її суті, анонімної і безтілесної, усюдисущої, але невидимої; завжди одягнений по моді, але ніколи не виділяється на тлі навколишніх його людей, змішуючись із ними. Іншими словами, це типовий і ідеальний образ спостерігача. В образах фланера та метросексуала втілюється протиріччя, пов'язане, як зауважила Р. Коннелл, з домінуючою проблемою маскуліності.

Як повідомляє Д. Потвін у статті «Джорджо Армани і розповідь про мужність: кінематограф, текстиль і сегментовані ринки», колекцію одягу Армани для чоловіків (1975 р.) досі сприймають як революційний переворот у чоловічій моді, коли сексуальність – це те, як ви рухаетесь (Bentley 1979),

важлива покійність одягу, здатність підлаштовуватися під неповторні особливості фігури, під її обриси, природну манеру руху, надавали тілу дихати і відчувати себе вільно, що дозволяє вільніше виявляти власну індивідуальність.

Заснування моди унісекс належить французькому дизайнерові Т. Лапідусу (1963 р.), колекції якого включали у себе моделі одягу, призначеного одночасно як для чоловіків, так і для жінок. Австро-американський модельєр Р. Гернрайх (1970 р.) створив колекцію «UNISEX» в рамках великого мистецького проекту, що включав в себе також фото- і відеоматеріали (Lobenthal 1990; Moffitt & Claxton 1990; *Swinging sixties* 2006). Що ж стосується шведських дизайнерів, таких як Р. Хейнц, К. Шведська та ін., то їх роль в описуваному міжнародному процесі досі недостатньо вивчена (Geiger & Ahlander 2000).

Ключовим чинником для розуміння стилю унісекс як культурного і соціального феномену є: концепція гендерної рівноправності (Д. Лавер, 1968); свідоцтво кінця епохи, «вестиментарний апартеїд» – боротьба жінок за рівноправність, розвиток молодіжної культури і поява феномена антимоди (О. Буржелен і М.-Тю Басс, 1980) (Burgelin & Basse 1987: 46, 285-296); руйнування опозиції «чоловіче»/«жіноче» в моді, трансформація гендерних ролей (М. Готдинер, Gottdiener 1995: 228). П. Стеорн (Patrik Steorn) у статті «Трансформація концепту маскуліності і стиль унісекс у Швеції 1960-1970-х років» [11] повідомив, що в журналах *Vi* («Ми») і *Form* («Форма») представлено новий стиль, що з'єднав ліві політичні ідеї та дизайнерське мистецтво і перетворив моду у простір соціальних і політичних трансформацій. Стиль унісекс сприймався як створення нових різновидів одягу, традиційно не були специфічно «чоловічими або жіночими, так і поява в чоловічій моді тканин, забарвлень і малюнків, що вважалися типово жіночими, і навпаки, що репрезентують соціальну та естетичну свободу індивідуума самостійно вибирати для себе спосіб життя незалежно від гендерної приналежності, а також можуть виступати символом політичної активності, спрямованої на завоювання абсолютної гендерної рівноправності.

Автори згаданих вище соціологічних досліджень вбачали у стилі унісекс наслідок трансформації соціальних відносин, символ руйнування принципу гендерної специфікації моди і вестиментарну ілюстрацію ідеології, що лежить в основі боротьби за жіночу рівноправність. Одяг, безперечно, відіграв важливу роль у жіночому русі, проте невірно було б стверджувати, що він призвів до нівелювання гендерної стратифікації в моді. Категорії чоловічого та жіночого одягу, як і раніше актуальні: ці терміни досі використовуються в різних сферах (школах, в описах дизайнерських рішень, виробничому процесі, магазинах), незважаючи на те, що їх зміст і характер взаємин з часом змінюються. Стиль унісекс кидає виклик дрес-коду гетеро-нормативної маскуліності, однак порушення цього коду посилює гетеросексуальну привабливість прихильника нових віянь. Незважаючи на існування стилю унісекс, порушення певних гендерних кордонів, пов'язаних із зовнішністю, досі вважається небажаним. Саме на цій проблемі зосереджено увагу І. Рана у дослідженні «Блакитний або рожевий, ось у чому питання: гомофобія, її вплив на гендерну символіку кольору» [12].

Передбачалося, що гендер являє собою соціальний феномен, що піддається трансформації за допомогою моди, яка дозволяє індивідууму вільно виражати себе, виступати в ролі «чоловіка» чи «жінки» новим, непередбаченим чином, кидаючи тим самим виклик традиційній бінарній гендерній структурі.

*Висновки.* Мода, сприяючи виявленню не лише соціального, але й емоційного характеру людини, дає можливість підкреслити індивідуальні особливості особистості, як чоловіків, так і жінок. Якісні зміни, що відбуваються в жіночій і чоловічій моді свідчать, що загальний вектор розвитку у сфері гендерних відносин, незважаючи на всі складності і протиріччя, має спрямованість до прогресуючого зростання жіночої емансипації, реальної, а не лише декларованої, рівності статей, переходу від патерцентристського ладу суспільства до біархату – верховенства обох статей. При цьому функція моди, що виражає статево-приналежність і гендерну диференціацію, відходить на другий план, хоча жодною мірою не усувається зовсім. Проте, точніше було б говорити не про руйнування системи гендерної диференціації як такої, а про розмивання кордонів гендерних категорій і наповненні їх новим змістом.

### Список використаної літератури

1. *Бекетова И. В.* Гендерные роли культуры в сфере моды / И. В. Бекетова // Сборник под ред. В. Л. Круткина. – Ижевск, 2006.
2. *Гофман А. Б.* Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения / А. Б. Гофман. – СПб., 2004. – 208 с.
3. *Гурова О.* Идеология потребления в советском обществе [Электронный ресурс] / О. Гурова // Социолог. журн. – 2005. – № 4. – Режим доступа: [www.el-history.ru/node/322](http://www.el-history.ru/node/322).
4. *Гусарова К.* Я никогда не увлекалась косметикой: советский опыт искусственной красоты / К. Гусарова // Неприкосновенный запас. – 2007. – № 4. – С. 142-156.

5. **Кирилина А. В.** Гендерные аспекты массовой коммуникации / А. В. Кирилина. – М., 2000. – 191 с.
6. **Лебина Н.** Мужчина и женщина: тело, мода, культура. СССР – оттепель / Н. Лебина. – М. : Нов. лит. обозрение, 2014. – 208 с.
7. **Литовская М.** Образ достойного будущего в постсоветских изданиях для девушек-подростков / М. Литовская // Образ достойной жизни. – 2008. – С. 270-286.
8. **Лубенец С.** Сердце для невидимки [Электронный ресурс] / С. Лубенец. – М., 2007. – Режим доступа: [www.modernlib.ru/books/lubenec\\_svetlana/serdce\\_dlya\\_nevidimki](http://www.modernlib.ru/books/lubenec_svetlana/serdce_dlya_nevidimki)
9. **Ницше Ф.** Странник и его тень. Т. 2 / Ф. Ницше. – М., 1994. – 398 с.
10. **Роткирх А.** Советские гендерные контракты и их трансформация в современной России / А. Роткирх А. Темкина // Российский гендерный порядок : социологический подход / ред. Е. Здравомыслова, А. Темкина. – СПб., 2007.
11. **Теория моды.** Проект «Культура повседневности» [Электронный ресурс]. – Издат. дом «Нов. лит. обозрение», 2012. – № 22 (зима 2011-2012). – 448 с. – Режим доступа до ресурсу: <http://www.facebook.com/TMjournal>.
12. **Теория моды.** Проект «Культура повседневности» [Электронный ресурс]. – Издат. дом «Нов. лит. обозрение», 2012. – № 23 (весна 2012). – 448 с. – Режим доступа: <http://www.facebook.com/TMjournal>.
13. **Теория моды.** Проект «Культура повседневности» [Электронный ресурс]. – Издат. дом «Нов. лит. обозрение», 2012. – № 25 (осень 2012). – 448 с. – Режим доступа: <http://www.facebook.com/TMjournal>.
14. **Теория моды.** Проект «Культура повседневности» [Электронный ресурс]. – Издат. дом «Нов. лит. обозрение», 2013. – № 28 (лето 2013). – 448 с. – Режим доступа: <http://www.facebook.com/TMjournal>.
15. **Теория моды.** Проект «Культура повседневности» [Электронный ресурс]. – Издат. дом «Нов. лит. обозрение», 2016. – № 38 (зима 2015–2016). – 448 с. – Режим доступа: <http://www.facebook.com/TMjournal>.
16. **Тихомирова А.** Советское в постсоветском: размышления о гибридности современной российской культуры потребления одежды / А. Тихомирова // Неприкосновенный запас. – 2007. – № 4. – С. 125-141.
17. **Edwards T.** Consuming masculinities: style, content and men's magazines // McNeil P., Karaminas V. (eds) The Men's Fashion Reader. – Oxford; N.Y., 2009.

### References

1. **Beketova Y. V.** Henderne roly kultury v sfere mody / Y. V. Beketova // Sbornyk pod red. V. L. Krutkina. – Yzhevsk, 2006.
2. **Hofman A. B.** Moda y liudy. Novaia teoriya mody y modnoho povedeniya / A. B. Hofman. – SPb., 2004. – 208 с.
3. **Hurova O.** Ydeolohiya potrebleniya v sovetskom obschestve [Elektronnyi resurs] / O. Hurova // Sotsyoloh. zhurn.. – 2005. – № 4. – Rezhym dostupa: [www.el-history.ru/node/322](http://www.el-history.ru/node/322).
4. **Husarova K.** Ya nykohda ne uvlekalas kosmetykoi: sovetskyi opyt yskusstvennoi krasoty / K. Husarova // Nerykosnovennyi zapas. – 2007. – № 4. – S. 142-156.
5. **Kyrylyna A. V.** Hendernye aspekty massovoi kommunykatsyy / A. V. Kyrylyna. – M., 2000. – 191 с.
6. **Lebyna N.** Muzhchyna y zhenschyna: telo, moda, kultura. SSSR – ottepel / N. Lebyna. – M. : Nov. lyt. obozrenye, 2014. – 208 s.
7. **Lytovskaia M.** Obraz dostoinoho buduscheho v postsovetskykh yzdaniakh dlia devushek-podrostkov / M. Lytovskaia // Obraz dostoinoi zhyzny. – 2008. – S. 270-286.
8. **Lubenets S.** Serdtse dlia nevydymki [Elektronnyi resurs] / S. Lubenets. – M., 2007. – Rezhym dostupa: [www.modernlib.ru/books/lubenec\\_svetlana/serdce\\_dlya\\_nevidimki](http://www.modernlib.ru/books/lubenec_svetlana/serdce_dlya_nevidimki)
9. **Nytsshe F.** Strannyk y eho ten. T. 2. / F. Nytsshe. – M., 1994. – 398 s.
10. **Rotkyrkh A.** Sovetskye hendernye kontrakty y ykh transformatsiya v sovremennoi Rossyy / A. Rotkyrkh, A. Temkina // Rossyiskyi hendernui poriadok: sotsyolohycheskyi podkhod / red. E. Zdravomuslova, A. Temkina. – SPb., 2007.
11. **Teoriya mody.** Proekt «Kultura povsednevnosti» [Elektronnyi resurs]. – Yzdat. dom «Novoe lyteraturnoe obozrenye», 2012. – № 22 (zyrna 2011-2012). – 448 s. – Rezhym dostupu do resursu: <http://www.facebook.com/TMjournal>.
12. **Teoriya mody.** Proekt «Kultura povsednevnosti» [Elektronnyi resurs]. – Yzdat. dom «Novoe lyteraturnoe obozrenye», 2012. – № 23 (vesna 2012). – 448 s. – Rezhym dostupa: <http://www.facebook.com/TMjournal>.
13. **Teoriya mody.** Proekt «Kultura povsednevnosti» [Elektronnyi resurs]. – Yzdat. dom «Novoe lyteraturnoe obozrenye», 2012. – № 25 (osen 2012). – 448 s. – Rezhym dostupa: <http://www.facebook.com/TMjournal>.
14. **Teoriya mody.** Proekt «Kultura povsednevnosti» [Elektronnyi resurs]. – Yzdat. dom «Novoe lyteraturnoe obozrenye», 2013. – № 28 (leto 2013). – 448 s. – Rezhym dostupa: <http://www.facebook.com/TMjournal>.
15. **Teoriya mody.** Proekt «Kultura povsednevnosti» [Elektronnyi resurs]. – Yzdat. dom «Novoe lyt. obozrenye», 2016. – № 38 (zyrna 2015–2016). – 448 s. – Rezhym dostupa: <http://www.facebook.com/TMjournal>.
16. **Tykhomyrova A.** Sovetskie v postsovetskom: razmushleniya o hybrydnykh sovremennoi rossyiskoi kulturu potrebleniya odezhdy / A. Tykhomyrova // Nerykosnovennyi zapas. – 2007. – № 4. – S. 125-141.
17. **Edwards T.** Consuming masculinities: style, content and mens magazines // McNeil P., Karaminas V. (eds) The Mens Fashion Reader. – Oxford; N. Y., 2009.

**ГЕНДЕРНЫЙ ФОН В СОВРЕМЕННЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ МОДЫ**

**Дыхнич Людмила Петровна**, кандидат исторических наук,  
доцент кафедры индустрии моды, Киевский  
национальный университет культуры и искусств, г. Киев;  
**Костюченко Елена Викторовна**, доктор психологических наук,  
профессор кафедры индустрии моды Киевского  
национального университета культуры и искусств, г. Киев

Определена сущность: моды как система дресс-кодов, разграничивающих половые и классовые отличия по установленным правилам; модной одежды как материальной репрезентации социальных форм, кульминационного выражения идеи гендерного неравенства; *переосмыслены* взаимоотношения между мужской и женской идентичностью в моде; *выявлены* детерминанты и принципы формирования и презентации феминности и маскулинности, стиля унисекс как гендерного равноправия и трансформации гендерных ролей; *указано* на качественных изменениях в женской и мужской моде, подтверждающих общий вектор развития в сфере гендерных отношений к прогрессирующему росту женской эмансипации, равенства полов, к биархату, размыванию границ гендерных категорий и наполнении их новым содержанием.

**Ключевые слова:** мода, модная одежда, гендер, гендерные различия, женственность, маскулинность, маскулинная и женственная идентификация.

**GENDER BACKGROUND IN MODERN FASHION RESEARCH**

**Dyhnych Lydmila**, Candidate of Historical Sciences,  
Associate Professor at the Department of Fashion Industry,  
Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv;  
**Kostyuchenko Olena**, Doctor of Psychological Sciences,  
Professor of the Fashion Industry Department, Kyiv  
National University of Culture and Arts, Kyiv, Ukraine

The article defines the nature of fashion as the system of dress code which limits the sexual and class differences according to the certain rule. It also analyzes fashionable clothes as the material representation of social forms, the climactic expression of the idea of gender inequality. The authors rethink the relationships between the male and female identity in fashion; identify the determinants and principles of forming and presentation of femininity and masculinity, the style of unisex as the gender equality and the transformation of gender roles. The given research denotes the qualitative changes in the women's and men's fashion, which confirm the general vector of the development in the field of gender attitudes toward the progressive growth of women's emancipation, the gender equality, biarchy, blurring the boundaries of gender categories and filling them with a new content.

**Key words:** fashion, fashionable clothes, gender, gender differences, femininity, masculinity, masculine and feminine identification.

**UDC 168.522+687.016:305**

**GENDER BACKGROUND IN MODERN FASHION RESEARCH**

**Dyhnych Lydmila**, Candidate of Historical Sciences,  
Associate Professor at the Department of Fashion Industry,  
Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv;  
**Kostyuchenko Olena**, Doctor of Psychological Sciences,  
Professor of the Fashion Industry Department, Kyiv  
National University of Culture and Arts, Kyiv, Ukraine

**The aim** of the article is to highlight gender issues in the contemporary researches of theory and history of fashion.

**Research methodology.** Scientific works of such modern fashion scholars as K. Bruard, O. Bourgelin, B. Vinken, M. Hotdyner, O. Gurova, K. Gusarova, C. Evans, W. Karamynas, E. Crowley, M. Litovska, S. Lubenets, A. Mayzelev, P. McNeil, A. McQueen, O. Khoroshylova and other scientists have been reviewed and used as theoretical basis of the article.

**Results.** The fashion, helping to identify not only social but also the emotional nature of man, provides an opportunity to emphasize personality characteristics of individual, both men and women. Qualitative changes that occur the women's and men's fashion show that general vector of development in the field of gender relations, despite all the difficulties and contradictions, is striving for a progressive increase in women's emancipation, the real, not just declared, gender equality, the transition from patercentristic to biarchy social system – the rule of both sexes. The function of fashion, expressing gender identity and gender differentiation, fades into the background, although it can't be completely eliminated. However, it would be more accurate to talk about the vanishing of gender boundaries and filling of them with a new content, rather than the destruction of gender differentiation.

**The practical significance.** The information contained in this article can be useful for better understanding and further development of research of a number of issues such as the nature of fashion and its content and objectives, the



principles of its functioning, the differences in male and female fashion, the relationship between male and female identity in fashion, the mechanism of influence of fashion preferences on the outer self-expression of contemporaries in the late XX – early XXI centuries.

**Key words:** fashion, fashionable clothing, gender, gender differences, femininity, masculinity, masculine and feminine identification.

*Надійшла до редакції 25.10.2016 р.*

УДК 7.072.2:789.5

## ДЗВОНАРСЬКА КУЛЬТУРА УКРАЇНИ: ПЕРСПЕКТИВИ КАМПАНОЛОГІЧНИХ СТУДІЙ

*Кіндратюк Богдан Дмитрович*, доктор мистецтвознавства,  
професор, ДВНЗ «Прикарпатський національний  
університет ім. В. Стефаника», м. Івано-Франківськ  
bohkind@ukr.net

Окреслено результати кампанологічних студій, що прослідковують на базі широкого кола джерел і відповідних досліджень формування наукових уявлень про дзвонарську культуру України. Подано нові погляди на історію дзвонів і дзвонарського мистецтва, значення місцевих приписів дзвонів у церковному обряді та світські функції. Осмислено відображення дзвонів і дзвонів у народній культурі, красному письменстві, візуальних мистецтвах, музиці, що засвідчує велике значення дзвонарства в духовному житті народу. Визначено напрями нових досліджень.

**Ключові слова:** дзвони, дзвіниці, дзвонарі, дзвонарська культура, кампанологія, християнство, музика, церковний обряд, світські функції.

*Постановка проблеми.* Дзвонарство було одним із дієвих чинників східноєвропейської культури, дзвоніння вплинули на мораль, звичаї. Ця гілка мистецтва залишила глибокий слід у музичному фольклорі; биття у дзвони провадило церковний спів, їхня музика сприяла формуванню національних шкіл звуку в Білорусі, Росії, Україні. Однак результати наших кампанологічних студій дзвонарської культури України, де прослідковано на базі широкого кола джерел і відповідних досліджень формування наукових уявлень про її дзвонарство, викладено нові погляди на історію дзвонів і розвитку дзвонарського мистецтва, його функції в житті людей тощо ще не стали гуманітарним надбанням студентів і широкого кола культурологів.

*Останні дослідження та публікації.* Наше перше міждисциплінарне системне дослідження дзвонарської культури України як соціокультурного феномена визначило створення фактично нового напрямку сучасної української гуманітаристики – кампанології. Вона дозволила розглянути процеси формування та розвитку протягом століть дзвонів і дзвонарського мистецтва на українських теренах, запропонувати в контексті аналізу даної проблематики наукове уявлення про українське дзвонарство, дати визначення поняття *дзвонарська культура України*, висвітлити відображення дзвонів, дзвонів у різноманітних видах мистецтва. Відповідно, у відгуках на опубліковану монографію відзначено ці головні здобутки проведеного дослідження. Однак рецензії на монографію [2–7] не відображають усіх, що нині бачаться, перспектив подальших студій. Вони мали б урахувати також пропозиції, висловлені на публічному захисті нашої дисертації.

*Мета статті.* Окреслити головні результати кампанологічних студій дзвонарської культури України, що допоможуть їхній популяризації, введенню до змісту гуманітарної підготовки студентської молоді, залученню культурологів до перспективних досліджень.

*Вклад матеріалу дослідження.* Джерелознавчий аналіз важливих історичних, культурологічних, музикознавчих, філософських праць засвідчив певні напрацювання в напрямках узагальнення тисячолітнього супроводу життя людей грою на різних музичних інструментах, серед яких поважна роль належить звучанню бил, дзвінків і дзвонів. У Русі-Україні особливу значимість ці ідіофони отримали з часу, коли вона разом з ученням Христа прийняла, пристосувала й розвинула дзвонарське мистецтво як важливу складову церковної музики. Спільно з богослужбовими співами, читанням священних книг у храмі, сакральним малярством дзвоніння допомагало творити величне єднання з Богом. Закличне биття у дзвін збирало на церковну Службу, народне віче; сполошне – попереджало про небезпеку, сумні звуки дзвонів сповіщали про смерть; плин часу відзначали й продовжують відзначати годинникові дзвони. Розвивається карийонне мистецтво. Вивчення походження та розповсюдження бил, дзвонів і їхньої музики переконує в значимості цих