

тив інтелектуального ринку, ідеям таких мислителів судилося перемогти. Її ось чому: починаючи їм заперечувати, ви завжди ризикуєте перечепитися і збитися до якої-небудь дурниці. Вони вносять розлад у мову тих, хто намагається їм заперечити. І мова ця швидко та незворотно вироджується в академічну конформістську відсталу балаканину» (Лакан, 2008, с. 2).

#### Список посилань:

Григг, Р. (2014) *Дискурс. Компендиум лакановських термінів*, 60–70. Отримано з

<https://dreamwork.org.ua/%D0%B4%D0%B8%D1%81%D0%BA%D1%83%D1%80%D1%81/>

Лакан, Ж. (2008). *Изнанка психоанализа* (Семинар, Книга XVII (1969–70)). (А. Черноглазова, Пер.). М.: Гнозис, Логос.

Смулянский, А. (2013) *Лакан Ликбез*. Год 4: Знание. СПб: Рабочий стол.

## Магістральні модні тенденції: мода поза гендерними стереотипами

*Марія Іродова*

Національний університет «Кієво-Могилянська академія»  
(Київ)

Якщо скористатися метафорою магістралей та маргінесів філософії, тема моди традиційно була далекою від перших і відповідно – наближеною до других. Відтак, обмеженим і не чисельним було коло філософів, які цю тему розробляли. Тому не дивно, що чи не кожен з них розмірковував над причинами такого зверхнього ставлення до моди з боку інтелектуалів (Lipovetsky, 1987; Pappas, 2008; Svendsen, 2004). І хоча серед поглядів на це питання домінують думки про позірну легковажність та несерйозність моди як предмету дослідження, зустрічаються й такі версії, що додають іншого забарвлення історії відносин філософії та моди. Однією з таких є гіпотеза про гендерну природу таких причин (Hanson, 1990).

Щодо самої моди, як і належно сьогодні, вона транслює гендерну рівність та свободу від гендерних стереотипів. Так серед модних тенденцій у чоловічій моді останнім часом присутні такі, що мають стійкі асоціації з жіночністю – прозорі тканини, рожевий колір у різноманітних відтінках, чоловічі спідниці, мереживо, рюші, блискітки тощо. Іноді дуже важко визначити гендерну приналежність моделі на подіумі, навіть розуміючи, що це чоловічий показ. Деякі з цих подіумних тенденцій, як от рожевий колір на чоловіках, повільно, але завоюються та пропонуються брендами масової моди, ми все частіше можемо побачити їх на вулицях.

Таким чином, паралельно з більш тривалим та часом конфліктним процесом привласнення жіночою модою чоловічих предметів гардеробу та модних норм (брюки у всіх їх модифікаціях, діловий костюм, натуральний вигляд тощо), що за феміністичною термінологією був проявом звільнення жінок від чоловічого домінування, наразі можна спостерігати протилежний процес. Тож чи можна стверджувати, що вектор домінування змінюється? Чи можлива мода як інструмент жіночого домінування? У який бік рухається мода і чи можливе її зникнення?

На перший погляд, перспективи жіночого домінування виглядають сумнівними. Якщо навіть побіжно поглянути на адрес-код урочистих офіційних церемоній, наприклад, вручення «Оскару» – хоча такі події без сумніву являють собою ярмарки марнославства, на їх арені за перемогу свого модного образу змагаються переважно жінки. Чоловіки ж надають перевагу мало не однаковим класичним смокінгам, які майже не змінилися за останні сто п'ятдесят років. Однак на червоній доріжці головної модної події Met Gala протягом останніх двох років уже можна спостерігати все більше прикладів слідування названим трендам чоловічої моди.

Можна припустити, що з часів так званого «великого чоловічого зречення»<sup>1</sup>, коли мода стала здебільшого

1 «Велике чоловіче зречення» (з англ. Great Masculine Renunciation) – відмова чоловіків від багато декорованого одягу на користь мінімалістичного, функціонального та комфортного англійського костюму, що сталася на рубежі XVIII-XIX століть; варто зауважити, що чоловічий костюм відтоді не зазнав кардинальних змін.

«жіночою справою», мова все ще йде про відновлення балансу, вирівнювання стандартів щодо зовнішності. У такому разі зараз вирішується питання, за «чімими правилами» цей баланс буде побудований – за «жіночими» завищеними стандартами чи за «чоловічими» спрощеними та функціональними.

Цікаво, що влучний для історії костюму термін «Great Masculine Renunciation» запропонував психолог, Джон Карл Флюгель (Flügel, 1930). Крім цього, він зробив прогноз щодо розвитку ставлення людей до одягу – фінальною стадією мала б стати абсолютна, незалежна від статі, оголеність, адже у майбутньому людство має жити в набагато раціональніший спосіб: мотив захисту тіла зникне через можливість керувати зовнішніми умовами існування, мотив скромності буде подоланий через усвідомлення його ірраціональності, а мотив необхідності прикрашання та покращення тіла за допомогою одягу втратить сенс через примирення з натуральним виглядом тіла. У цьому випадку дискусія щодо моди стосовно одягу мала би неминуче припинитися.

Відтоді минуло майже століття, а це «оптимістичне» передбачення й досі видається радикальним та мало реалістичним, навіть не беручи до уваги інші мотиви використання одягу. Незалежно від гендеру, норми моди все ще тісно пов'язані з нормами моралі, мода щодо форм тіла та обличчя стає все вибагливішою і швидко прогресує. Ба більше, пандемія COVID-19 яскраво продемонструвала неможливість не тільки людського керування, а навіть контролю зовнішніх умов життя. Отже, людство не може звільнитися від одягу задля захисту, навпаки, неочікувано додаються нові, спочатку суто захисні елементи (маски, рукавички), які швидко потрапляють до модного обігу.

Підсумовуючи, можна зазначити, що оскільки відмова від одягу ще не на часі, тема моди набуватиме все більшої актуальності, оскільки здатна необмежено розширювати сферу свого впливу. Зустрічний рух модних проявів від полярних точок традиційних протилежностей (фемінності та маскулінності), імовірно, зупиниться у точці стійкої рівноваги, точці, де буде скасовано гендерні стереотипи у моді. Більшою мірою інтрига полягає в тому, до якого з полюсів вона буде ближчою, яка модель стане магістральною (фемінна, маскулінна чи нова син-

тетична) та чи існуватимуть маргінеси.

#### Список посилань:

Flügel, J. C. (1930). *The Psychology of Clothes*. London: Hogarth Press.

Hanson, K. (1990). Dressing Down Dressing Up – The Philosophic Fear of Fashion. *Hypatia, Special Issue: Feminism and Aesthetics*, 5, 107–121.

Lipovetsky, G. (1987). *L'Empire de l'éphémère: la mode et son destin dans les sociétés modernes*. Paris: Gallimard.

Pappas, N. (2008). Fashion Seen as Something Imitative and Foreign. *British Journal of Aesthetics*, 48(1), 1–19.

Svendsen, L. Fr. H. (2004). *Mote – Et filosofisk essay*. Oslo: Universitetsforlaget.

### Мішель Фуко і дослідження простору: від маргінесів до магістралі

Наталія Камардаш

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна  
(Харків)

Сьогодні ми все частіше актуалізовані на просторі – в ме-неджменті, освіті, політиці він грає особливу роль як елемент загальної стратегії впливу на результат взаємодії, комунікації, зумовлює психологічний стан тощо. Розуміння значення простору завжди мало своє місце, але по-різному сприймалося в різні історичні періоди. Доба Нового часу як доба наративів і раціоналізму визначила простір як відносно статичну даність реальності, яка аналізується в категоріях протяжності й розташування об'єктів, що може змінюватися під впливом вимог і особливостей часу. Не спростовуючи й не маючи за мету нівелювати подібне тлумачення простору, Мішель Фуко заявив про те, що таке значення занадто спрощене, зокрема в суспільній і філософській думці. За його увагу до цієї проблеми, як зізнався сам Фуко, йому часто дорікали, але саме завдяки цим «просторовим