

МОДА І СТИЛЬ ЯК ЗАСІБ ҐЕНДЕРНОГО САМОВИРАЖЕННЯ

FASHION AND STYLE AS A MEANS OF GENDER EXPRESSION

У статті розкрито особливості ґендерного самовираження і самопрезентації особистості засобами моди і персонального стилю. Проведено аналіз наукових досліджень щодо розгляду взаємозв'язків між зовнішнім виглядом людини та її ґендерною самоідентифікацією, модними тенденціями і суспільними настановами щодо ґендеру.

Ґендерна культура відображає соціокультурні очікування стосовно моделей поведінки і зовнішнього вигляду чоловічої та жіночої статі, які прийняті в певному суспільстві. Психологічна стаття є одним із базових складників людського розвитку та самореалізації. Ставлення до себе як до чоловіка чи жінки, усвідомлення і прийняття власної статевої належності впливають на самопочуття, щоденну поведінку, життєве і професійне самовизначення.

Сучасне розуміння ґендерної експресії виходить за межі традиційної ґендерно-бінарної системи. Тому зовнішнє самовираження ґендеру теж є дуже різноманітним, що проявляється в глобальних трендах сучасної моди: андрогінна мода, ґендерно нейтральний одяг, унісекс, оверсайз, еkleктизм, авангардний і вінтажний стиль. Мода поєднує колективне та індивідуальне, наочно виражає дух часу, безпосередні ознаки соціальних, політичних, економічних і культурних змін.

Модна індустрія задає тренди, але кожна людина адаптує їх до власних потреб і уподобань. Мода і стиль виступають одним зі способів прояву ґендерної ідентичності людини, що відображає динаміку соціокультурних тенденцій та унікальність процесу самоідентифікації і саморепрезентації. У сучасному соціумі одяг виконує не тільки практичну функцію, але набуває соціального, психологічного, естетичного, символічного, духовного та індивідуального значення.

Ключові слова: психологія моди, персональний стиль, самовираження, самопрезентація, ґендерна ідентичність, модна поведінка.

The article reveals the features of gender self-expression and self-presentation of the individual through fashion and personal style. An analysis of scientific research on the relationship between a person's appearance and their gender self-identification, fashion trends and social guidelines on gender is conducted.

Gender culture reflects socio-cultural expectations regarding the models of behavior and appearance of the male and female sexes that are accepted in a certain society. Psychological gender is one of the most basic components of human development and self-realization. The attitude towards oneself as a man or a woman, awareness and acceptance of one's own gender identity affect well-being, daily behavior, life and professional self-determination.

The modern understanding of gender expression goes beyond the traditional gender binary system. Therefore, the external expression of gender is also very diverse, which is manifested in the global trends of modern fashion: androgynous fashion, gender-neutral clothing, unisex, oversized, eclecticism, avant-garde and vintage style. Fashion combines the collective and the individual, clearly expresses the spirit of the times, direct signs of social, political, economic and cultural changes.

The fashion industry sets trends, but each person adapts them to their own needs and preferences. Fashion and style are one of the ways to manifest a person's gender identity, reflecting the dynamics of socio-cultural trends and the uniqueness of the process of self-identification and self-representation. In modern society, clothing performs not only a practical function, but also acquires social, psychological, aesthetic, symbolic, spiritual and individual meaning.

Key words: fashion psychology, personal style, self-expression, self-presentation, gender identity, fashionable behavior.

УДК 159.98

DOI <https://doi.org/10.32782/hbts.75.2.35>

Стаття поширюється на умовах ліцензії CC BY 4.0

Хабайлюк В.В.

к.психол.н.,

доцент кафедри соціальної психології
Прикарпатський національний
університет імені Василя Стефаника

Ґендер є водночас властивістю суспільних інституцій та невіддільною складовою частиною індивідуальної ідентичності. Ґендерні ролі відрізняються в різних суспільствах, культурах та змінюються протягом історії. Соціальне засвоєння ґендеру триває впродовж усього життя людини.

Ґендерна ідентичність відображає дуже особисте відчуття себе жінкою, чоловіком, кимось середнім між ними чи сумішшю кількох ідентичностей. Або людина взагалі не ідентифікує себе за ознакою статі. Становлення ґендерної ідентичності в інформаційному суспільстві передбачає значну варіативність моделей комунікації і поведінки, способів самопрезентації та самоконструювання, велику кількість можливостей віртуального експериментування.

Історично мода відображала традиційні уявлення про фемінінність та маскулінінність і тривалий час існував чіткий поділ на чоловічі та жіночі речі. Проте у XX ст. розвиток технологій, демократиза-

ція суспільства, прогресивні суспільно-політичні зміни, емансипація жінок призвели до ґендерних трансформацій. Сучасне суспільство зорієнтоване на рівні права та можливості жінок і чоловіків у всіх сферах життєдіяльності, ґендерну чутливість та толерантність, подолання ґендерної дискримінації. Сучасна мода як елемент культури наочно відображає зміни у суспільній свідомості через появу нових модних тенденцій (андрогінна мода, унісекс, ґендерно нейтральний одяг).

Мета статті – розкрити особливості моди і стилю як засобів ґендерного самовираження особистості.

Ґендерна соціалізація – процес засвоєння соціальної ролі чоловіка чи жінки, наслідування стереотипів маскуліності та фемінінності. Механізми ґендерної соціалізації: диференційне посилення (соціум заохочує відповідну поведінку); диференціальне наслідування (більш чи менш свідомо людина сама вибирає і відтворює певну

статеврольову модель). Визначення маскулінності та фемінності з раннього віку пов'язується з тілесністю, зовнішнім виглядом, певним одягом, кольорами, аксесуарами і атрибутами чоловічого та жіночого гардероба. Мода виступає як один із механізмів соціальної регуляції і саморегуляції людської поведінки.

Психологиня Сандра Бем (Sandra Bem) вказує, що мужність і жіночність не повинні протиставлятися один одному. Особистість може володіти одночасно і маскулініми і фемінними якостями. Більш того, Бем вважає, що бажано бути більш андрогінним. Андрогінна особистість поєднує у собі позитивні риси обох статей, вона є більш соціально адаптованою.

Американська філософиня та ґендерна теоретикinja Джудіт Батлер (Judith Butler) наголошує, що ґендерна ідентичність особистості є унікальним індивідуальним конструктом та формується протягом життя в результаті взаємодії із соціальними та культурними структурами [14]. Ґендер реалізується в конкретному історичному і соціальному контексті відповідно до наявних стереотипів та регулятивних норм. Ґендер є мінливою та гнучкою якістю, що інтерналізується та набуває певного змісту і значення для кожної людини. Мода і стиль виступають інструментом, за допомогою якого особистість проявляє свої уявлення про ґендерні ролі та ставлення до них.

М. Кононець, О. Єгорова аналізують публічний образ особистості в контексті інформаційного суспільства та цифрових комунікацій [4]. Публічний образ – багатокомпонентна структура, що формується в процесі соціальної взаємодії особистості із суспільством, є результатом взаємодії об'єктивних характеристик особистості, таких як її професійні досягнення, поведінкові патерни, зовнішній вигляд і манера спілкування, із суб'єктивними факторами сприйняття, включаючи соціокультурні норми, індивідуальні настанови аудиторії та медіаефекти. Публічний образ є частиною особистісної ідентичності, відображає особистість у соціальному просторі та впливає на взаємодію з іншими людьми, є важливим чинником професійного успіху, соціальної адаптації та особистісного розвитку [4, с. 107]. Особистість може свідомо конструювати та транслювати певні характеристики для підтримки бажаного іміджу через поведінку, комунікацію, зовнішність, одяг, цінності та соціальні ролі. Таким чином, публічний образ особистості відображає внутрішні настанови людини і зовнішні соціальні очікування.

О. Мирошник, Т. Тітова досліджують моду як чинник соціалізації особистості [9]. На їхню думку, мода як соціально-психологічне явище є формою трансляції культурного досвіду, засобом соціальної інтеграції та диференціації людини у соціальній системі й набуття соціальної ідентичності [9, с. 307]. Слідування моді дозволяє поєднати прагнення людини належати до соціальної спільноти і водночас зберігати свою унікальність

і неповторність, формувати своє уявлення про зміст власного Я. Отже, як форма масової поведінки мода дає людині можливість реалізовувати свою соціальну сутність і взаємодіяти з іншими, привласнювати загальні соціальні цінності, самостверджуватися та реалізувати свої цілі.

Швейцарська психоаналітикinja Марі-Луїза фон Франц (Marie-Louise von Franz), досліджуючи символику казок, відзначає двояку роль одягу [15]. Одяг може бути «маскою, Персоною, яку я хочу показати світові» [15, с. 168]. З іншого боку, одяг може слугувати істинним вираженням того, що людина собою являє, її способом пред'явити себе світові [15, с. 168]. Отже, в казках залежно від контексту різний одяг може символізувати духовну сутність персонажу, його мотиви, несвідомі думки, позитивні та негативні емоції, почуття.

Психологиня та стилістка Донн Керен (Dawnn Karen), засновниця Інституту психології моди (Fashion Psychology Institute), підкреслює, що «одяг уміє промовляти», це «сполучна тканина між фізичним та емоційним» [3]. В роботі «Dress Your Best Life» авторка зазначає: «Психологія моди аналізує наслідки зіткнення політики, релігії, ґендеру, національності, віку, класу й культури» [3, с. 29]. «Ми вже дуже довго використовуємо одяг для вираження ґендерної ідентичності, підсвідомих почуттів і бажань, належності до певної групи чи класу» [3, с. 32]. Стиль – це продовження внутрішнього світу людини, що пов'язує наше особисте життя з нашими публічними образами.

А. Шиделко, Н. Калька розглядають моду як механізм самопрезентації та ідентифікації особистості з певною соціальною групою [12]. Мода – це соціальна поведінка особистості, що проявлена у її вподобаннях, цінностях, певному виборі, продиктована часом і суспільством, в якому вона проживає [12, с. 161]. Основні функції моди у соціальному середовищі полягають у регуляції свідомості і поведінки індивіда, реалізації соціального статусу та престижу, демонстрації естетичної цінності [12, с. 163]. Мода сприяє прогресивному розвитку людини, виступає фактором позитивних змін як у внутрішньому світі особистості, так і у її взаєминах у соціальному та фізичному середовищі. Модний одяг підсилює відчуття психологічного комфорту особистості, коли людина обирає одяг з урахуванням своєї індивідуальності, особливостей психічного світу. Таким чином, самоствердження і самопрезентація особистості відбувається через слідування модним тенденціям, які відображають її ціннісно-естетичні вподобання, мотиви, спрямованість та суб'єктивне бачення.

О. Лагода розглядає моду як багатофункціональне соціально-психологічне явище, до якого люди ставляться по-різному: активно, відносно активно, пасивно або байдуже [7]. Модний костюм кожної історичної епохи чи сезону – це дзеркало соціального характеру особистості, реального або ж ідеального. «Модно одягаючись, ми намагаємося досягнути двох взаємовиключних цідей –

виділитися з натовпу і змішатися з ним» [7, с. 200]. Таким чином, мода є безпосереднім проявом особистості засобами репрезентації своєї зовнішньої оболонки – одягу як відбитка внутрішнього змісту та ідеології світосприйняття.

Р. Ткаченко розглядає моду як відображення нарцисичної культури [11]. Мода виконує соціально-демонстративну функцію, стає джерелом натхнення та діалогу у своєрідному полі культурного нарцисизму [11, с. 380]. У сучасному масовому суспільстві відбувається обґрунтування егоцентризму й гедонізму, уникнення дискомфорту і труднощів, гламуризація способу життя, нескінченне демонстративне люксове споживання, постійний пошук зовнішнього підтвердження свого статусу, що дає ілюзію успішного життя й відчуття структури існування [11, с. 383]. З одного боку, нарцисична культура демонструє перемогу індивідуалістичного начала, а з іншого – імідж та ілюзорність замінюють особистість. Авторка слушно зазначає, що штучний глянцевиий образ та постійне придбання яскравих речей та елітних послуг, володіння соціальними, економічними та політичними благами й матеріальними можливостями не можуть компенсувати внутрішню порожнечу, відсутність сенсу, інфантильність і поверховість нарцисичної особистості.

Т. Марценюк, Т. Новик звертають увагу, що мода має зв'язок з уявленням про соціально-психологічні якості особистості та зі створенням «правильного» образу тіла [8]. Саме модні речі демонструють, яким має бути тіло, щоб відповідати стандартам «успішних та привабливих». Завдяки ЗМІ певний зразок зовнішнього вигляду сприймається як необхідна передумова налагодження особистого життя і робочих відносин. Жінки приділяють більше уваги своїй зовнішності і більше цікавляться модою. Модні телешоу підтримують суспільно схвалені уявлення про тілесність та красу, створюючи та пропагуючи гіперфемінні образи жіночих тіл. Конструювання нормативної фемінності відбувається завдяки вибору певного одягу відповідно до віку, професії, статусу, соціального контексту. Досі українські ЗМІ відтворюють традиційні уявлення щодо фемінності і маскулінності через визначення «чоловічого» як протилежного до «жіночого».

Г. Головня, Т. Ніколаєва досліджують відображення проблем ґендерної нерівності в дизайні одягу [1]. У класичних формах чоловічого костюму гармонійно поєднуються естетична та утилітарна функції одягу. «Одяг класичного стилю характеризується підкресленою стриманістю та елегантністю форм, невеликою кількістю деталей» [1, с. 32]. Жіночий одяг з елементами чоловічого костюму вдало поєднує різні естетико-функціональні, ергономічні характеристики та відображає прагнення сучасної жінки до самореалізації та досягнення успіху. Отже, мода виступає посередником між індивідуальною самореалізацією і соціальним середовищем, через який відбувається соціальна взаємодія.

Д. Жуков досліджує взаємозалежність феноменів моди і ґендеру як механізмів самовираження і самоідентифікації у сучасному суспільстві [2]. Сміливість, багатогранність у самореалізації і самоідентифікації особистості проявляється в провокативних модних тенденціях, несподіваних візуальних трендах, незвичному зовнішньому вигляді [2]. Плюралізм в естетиці і моді став тотальним, цінується вміння створити свій неповторний стиль зовнішності, екстравагантність і самоіронія. Еклектизм виступає як домінуючий спосіб формування модних тенденцій у сучасній індустрії моди.

І. Кущик аналізує ґендерні трансформації в еволюції моди та модних тенденцій [6]. Сучасна мода виступає як засіб спілкування, який допомагає людям реалізувати власний людський потенціал, заохочує свободу вибору, самоідентифікацію та самовираження, що відображається у поступовому нівелюванні як статевого, так і іншого соціокультурного одягу. Мода починає стирати кордони між соціальним статусом, ґендером та віком [6, с. 67]. Століттями існував поділ на чоловічий та жіночий одяг і вибір ґрунтувався на утилітарній та ґендерно традиційній функціях. З кінця XX століття модна індустрія популяризує ґендерно нейтральний одяг і унісекс став уніформою нового покоління. Зовнішній вигляд, вибір одягу та стилю стає більше інструментом самовизначення, самовираження, культурної символіки та естетичних уподобань: «Самоідентифікація людини стала одним із ключових завдань, що виконує костюм, тому що зовнішнє сприйняття суспільством індивіда часто відбувається виключно через його зовнішній вигляд» [6, с. 70]. Отже, в моді наочно відображаються соціокультурні трансформації, суспільні настрої та внутрішні переживання і прагнення окремої людини.

Н. Копилова вивчає ґендерні особливості високої і масової моди сучасної України [5]. Авторка звертає увагу, що «мода остаточно перетворюється на спосіб підкреслити власну індивідуальність. «Бути» жінкою або чоловіком тепер не означає носити певний одяг» [5, с. 155]. Дизайнери створюють колекції для різних типів самоідентифікації та тілесності, акцентуючи увагу на комфорті, універсальності та свободі самовираження. Н. Копилова виділяє основні напрями, в яких проявляються інверсії ґендеру та тілесності в модних практиках: 1) інверсії в рамках традиційних ґендерних стандартів фемінності (нормативні параметри жіночого тіла, вікові параметри, показники фізичного здоров'я); 2) рух до андрогінності (змішування традиційних ґендерних маркерів фемінності та маскулінності); 3) рух до ґендерної нейтральності (спроба позбутися ґендерних маркерів взагалі) [5, с. 156]. Отже, мода як соціокультурний простір та набір естетичних зразків відображає нові запити суспільної свідомості та моделі персональної самореалізації.

А. Онацко розглядає формування чоловічого стилю в жіночому гардеробі [10]. У першій поло-

вині XX століття чоловічий костюм у жіночому гардеробі був складником провокаційного сценічного образу і знаряддям молодіжного бунту. Маскулінний одяг часто супроводжувала розкута поведінка і показна сексуальність [10]. Але нині представницям «слабкої статі» вже не потрібно агресивно доводити власну силу або одягатися в «костюм жінки», щоб мати вигляд жінки. Чоловічий одяг, ідеально скроєний, комфортний і дуже красивий, існує не тільки заради fashion-висловлювання, а й заради задоволення [10]. Елементи чоловічого стилю в жіночому гардеробі відображають успішність, зрілість, впевненість у собі і почуття захищеності.

А. Юхимчук, К. Пашкевич, Б. Касс аналізують тенденції жіночності у чоловічій моді [13]. Автори підкреслюють, що «у світі моди спостерігається прийняття ґендерної мінливості, інклюзивності та творчого підходу» [13, с. 73]. Основоположним модним принципом стає прагнення одягати те, що людині подобається, незалежно від її статі. У колекціях чоловічого одягу спостерігається гармонійне поєднання традицій і новаторства, вишуканості та сміливості. Форма чоловічого одягу підкреслюється за допомогою звуженої талії, прозорих елементів, ніжних кольорів, блискучих фактур, виразних аксесуарів та прагненням до плавності ґендерного вираження. Колекції дизайнерів символізують сучасну мужність, впевнену у собі і здатну використовувати більш витончені форми елегантності, пропонуючи нову динаміку в чоловічій моді, яка перебуває на стику відкритості та стриманості, легкості та комфортності.

Світова та українська мода XXI ст. розвивається, слідуючи принципам толерантності, ґендерної рівності та паритету. Мода дає можливість людині безпосередньо комбінувати різні прояви і особистісні якості залежно від ситуації. В робочому офіційному чи корпоративному середовищі доречно виглядає строгий маскулінний стиль для представників обох статей. В повсякденному житті, у спортзалі чи подорожі зручним є ґендерно нейтральний одяг. Для урочистих і святкових подій більшість людей дотримуються традиційного маскулінного і фемінного стилів. Взаємопроникнення «чоловічих» і «жіночих» елементів гардероба в контексті сучасного моделювання одягу є віддзеркаленням мозаїчної ідентичності, внутрішньої свободи та людської індивідуальності. Водночас в українському суспільстві переважають традиційні ґендерні стереотипи і чоловіча ґендерна роль є більш жорсткою, ніж жіноча. Тому жіноча мода є більш варіативною, самобутньою і мінливою, а чоловіча – консервативною і прагматичною.

Висновки. Мода і особистий стиль включають різні аспекти індивідуального самовираження особистості в різних ситуаціях протягом життя. Внутрішня ідентичність та психічна реальність візуалі-

зуються через стиль одягу, який ми носимо, та інші елементи оформлення зовнішності. Модні речі є предметом матеріального вжитку, засобом соціального і ґендерного самовираження, ідентифікації та комунікації. Використовуючи модні образи, особистість може проявити свою автентичність, уявлення про прекрасне, цінності і життєвий вибір. Мода – це символічне дзеркало, що відображає ставлення особистості до себе, свого ґендеру та інших людей.

Трансформації соціальних стандартів маскулінності та фемінності проявляються в моді загалом та в нових модних тенденціях. Сучасна мода характеризується розмиванням ґендерних кордонів і переглядом традиційних уявлень про чоловічий і жіночий одяг. В кожній ситуації людина може вибирати свій стиль зовнішності, регулюючи міру та зміст ґендерної експресії. Задоволеність власним зовнішнім виглядом є важливою складовою частиною психологічного благополуччя людини.

Перспективними напрямками подальших досліджень є вивчення національно-культурних, професійних, вікових, індивідуальних особливостей у самовираженні особистості засобами моди і стилю.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Головна Г.А., Ніколаєва Т.І. Вивчення принципів впливу ґендерної нерівності на особливості формування художнього образу в одязі. *Легка промисловість*. 2016. № 4. С. 31–36.
2. Жуков Д.А. ґендерні аспекти модних тенденцій в умовах глобалізації. *ґендерна політика очима української молоді* : матеріали підсумкової конференції XI Регіонального конкурсу молодих вчених, 24 жовтня 2017 р. Харків : ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2018. С. 82–90.
3. Керен Д. Твій щасливий одяг: як психологія моди допоможе покращити стиль і життя. Київ : Yakaboo Publishing, 2022. 312 с.
4. Кононець М., Єгорова О. Поняття «публічний образ особистості»: теоретичний аналіз. *Організаційна психологія. Економічна психологія*. 2025. Том 35 (2). С. 107–116.
5. Копилова Н.О. ґендерні інверсії у сучасних практиках моди (український досвід). *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. Культурологія*. 2021. Вип. 39. С. 153–158.
6. Кущик І.В. Співвідношення ґендерних трансформацій та еволюції моди. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* : науковий журнал. 2021. № 3. С. 67–71.
7. Лагода О.М. Мода – маніфестація культури свободи особистості в добу глобалізації. *МИСТ: Мистецтво, історія, сучасність, теорія*. 2009. Вип. 6. С. 194–202.
8. Марценюк Т., Новик Т. ґендерні аспекти моди: конструювання ідентичності за допомогою одягу. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. 2015. Випуск 1. С. 124–141.

9. Мирошник О.Г., Тітова Т.Є. Мода як чинник соціалізації особистості. *Габітус*. 2025. Вип. 71. С. 307–310.

10. Онацко А. Як формувався чоловічий стиль у жіночому гардеробі. *Vogue UA*. 2019. 29 вересня. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/tendencii/nabirayas-muzhestva-muzhskoy-stil-v-zhenskom-garderobe-38147.html>.

11. Ткаченко Р. Мода як відображення нарцисичної культури. *Культурологічний альманах*. 2024. Вип. 4 (12). С. 380–385.

12. Шиделко А., Калька Н. Мода як психологічний механізм самопрезентації у суб'єктивному світі

особистості. *Сучасні тенденції розвитку освіти й науки : проблеми та перспективи* : збірник наукових праць. Київ–Львів–Бережани–Гомель, 2019. Вип. 5. 381 с. С. 160–163.

13. Юхимчук А., Пашкевич К., Касс Б. Тенденція жіночності у чоловічій моді. / *International Conference "Eurointegration in the Arts, Science and Education: Perspectives, Perspectives of Implementation"*. Klaipėda University, 2024. С. 73–76.

14. Butler J. *Undoing gender*. New York : Routledge, 2004. 273 p.

15. Von Franz Marie-Louise. *The Feminine in Fairy Tales*. Shambhala, 2001. 240 p.