

Гендер і мода: чи чекає на нас гендерно нейтральне майбутнє?

<http://genderindetail.org.ua/season-topic/tema-sezonu/gender-i-moda-134144.html>

Чи помічали ви, що в наших уявленнях про майбутнє (особливо це видно у кіно) герої часто носять однаковий одяг, який не можна назвати жіночим або чоловічим? Перспектива здійснення подібних прогнозів сумнівна. Проте останнім часом все більше дизайнерів відмовляються від гендерного маркування одягу. Колекції гендерно нейтрального одягу можна побачити на світових подіумах, показах незалежних брендів і навіть на полицях масс-маркетів. Але чи дійсно такий одяг «нейтральний»?

— У паралельному класі вчителька вимагає, щоб усі дівчата в її класі носили сукні або спідниці.

— Навіть брюки не можна? — дивуюся.

— Вона відправляє додому перевдягатися.

Думаю, мій випадковий спогад може навіяти чимало суголосних історій.



1[[Джерело](#)]

Те, що для інших чомусь важливо, щоб ми були виглядали певним чином, ми дізнаємось доволі рано. Ти — не в останню чергу те, що на тобі одягнено. Костюмні «норми» не завжди відкрито оговорюють, але ти намагаєшся їм відповідати. Це створює ілюзію, що все йде, як потрібно.

Ніхто не може сказати напевно, коли ти при звичаєшся до дискомфорту, який супроводжує нормативність. І коли його відсутність починає розгублювати. У сумнівах дискомфорт стане твоєю точкою опори.

Одяг робить нас схожими і, у той самий час, необхідний для того, щоб розрізнати. «Свій» чи «інший»? — мабуть, найважливіша для нас характеристика. Ми хочемо із впевненістю судити, хто перед нами. Костюм може розповісти про вік, гендер, соціальний статус, рід занять, релігію, особисті переконання — прагнемо ми цього чи ні.

«Коли ви зустрічаєте людину, то перша відмінність, яку ви помічаєте, це «чоловік або жінка?». І ви звикли визначати це без коливань», — колись зауважив Зігмунд Фрейд. «До тебе заходила якась дівчина», «коли я прийшла, він розмовляв з якимось чоловіком», — коли ми говоримо про незнайому людину, то, в першу чергу, ми звертаємо увагу на стать чи гендер.

Протягом століть ми виробили костюмний код, у який закладено безліч маркерів — і гендерні маркери, дійсно, найпомітніші серед них.

Чи завжди одяг був гендерно маркованим?

Тривалий час різниця між жіночим і чоловічим одягом була незначною, — зазначає Дороті Бернхем (Dorothy Burnham) у книзі *Cut My Cote*. Його вигляд залежав від форми шкіри, з якої він був зроблений. В античності і жінки, і чоловіки носили прямокутні відрізи тканини, які драпірувалися у той чи інший спосіб.



2[[Джерело](#)]

Згодом на одязі з'явилися шви з боків і отвір для голови — так виникла туніка. Жіноча туніка сягала підлоги, у той час як чоловіча була до колін і продовжувала укорочуватись — доки не почала нагадувати сорочку. Чоловіки носили туніку з довгими панчохами. Їх спочатку прив'язували до нижньої

білизни, потім носили на поясі, а згодом зшили і додали клаптик тканини посередині — гультік. Так з'явилися перші брюки.



З Птахи і панчохи :) Крістін де Пізан, Книга королеви (Christine de Pisan, Book of the Queen) [\[Джерело\]](#).



4 Rogier ван дер Вейден. Алтар святого Иоана (фрагмент) (Rogier van der Weyden. St John Altarpiece 1455-60 (Right panel, detail) [\[Джерело\]](#)).



5 Нарешті з'явився гульфік. Пітер Брейгель Старший. Країна ледарів (фрагмент) (Bruegel, Pieter the Elder. The Land of Cockaigne (detail). 1567. Alte Pinakothek, Munich) [\[Джерело\]](#).

Як жінки почали носити брюки

Поступово жіночий та чоловічий одяг стали все більше відрізнятися. Рух у зворотному напрямку почався у ХІХ сторіччі. Він пішов по шляху «привласнення» жінками предметів одягу з чоловічого гардеробу — і брюки стали найбільш відомим серед таких «привласнених» предметів.

Певний час жінки носили брюки як робочий одяг — наприклад, для робіт у саду. [Робітниці шахт](#) шокували вікторіанське суспільство тим, що працювали у брюках, піднявши спідниці до поясу.



6 Робітниця шахти [Джерело].

У 1851 році американка Амелія Блумер (Amelia Bloomer) створила легендарні «блумерси» — перші брюки для жінок. Згідно з ідеєю Амелії, блумерси мали носити зі спідницями, які вона запропонувала вкоротити до колін. На таке рішення Блумер надихнули східні шаровари.



AMELIA BLOOMER, ORIGINATOR OF THE NEW DRESS—FROM A PHOTOGRAPH BY T. W. BROWN. (SEE PRECEDING PAGE.)

7 Блумерси [Джерело].

За часів Блумер жінки носили корсети і багато шарів нижніх спідниць, які були важкими і обмежували рухи. «Костюм повинен відповідати потребам та бажанням жінки. Він має забезпечувати її здоров'я, комфорт і користь. Одяг повинен прикрашати, але це має бути не на першому місці», — писала Блумер.

Блумерси наробили шуму у пресі, але не набули широкого поширення. Жінок, які наважувалися одягнути блумерси, висміювали у численних карикатурах.



8 Карикатура [Джерело].

У 1881 у Лондоні засновано організацію [Rational Dress Society](#), яка агітувала жінок носити нижній одяг не важчий за три кілограми. Це було значним полегшенням — одяг, який носили жінки у той час, важив до двох разів більше.

Брюки перестали бути табу значною мірою у зв'язку з поширенням велосипедів у 1890-х. «Я думаю, що велосипед зробив більше для емансипації жінок, ніж все інше разом взяте», — [зауважила](#) суфражистка Сьюзен Ентоні (Susan Anthony) у інтерв'ю газеті «New York World» (1896).



9 Королеви доріг. Картинка з сигарної коробки [Джерело].

Велосипед маніфестував про прогресивність і емансипованість. Герой [оповідання](#) Антона Чехова — «людина у футлярі» Беліков, дізнавшись, що Варенька їздить на велосипеді, передумав з нею одружуватися:

«Если учитель едет на велосипеде, то что же остается ученикам? Им остается только ходить на головах! И раз это не разрешено циркулярно, то и нельзя. Я вчера ужаснулся! Когда я увидел вашу сестрицу, то у меня помутилось в глазах. Женщина или девушка на велосипеде — это ужасно!... Вы ходите в вышитой сорочке, постоянно на улице с какими-то книгами, а теперь вот еще велосипед. О том, что вы и ваша сестрица катаетесь на велосипеде, узнает директор, потом дойдет до попечителя... Что же хорошего?».

У високу моду брюки увійшли завдяки французькому дизайнеру Полю Пуаре (Paul Poiret). У своїх попередніх колекціях Пуаре відмовився від корсетів. У 1913 році «гаремні штани» Пуаре з'явилися на обкладинці Vogue.



10 Гаремні штани Поля Пуаре. Vogue, 1913 [\[Джерело\]](#).

У 30-х роках брюки стали частіше з'являтися у модній пресі. Марлен Дітріх (Marlene Dietrich) та Кетрін Хепберн (Katharine Hepburn) надягали їх у житті та у кіно. Проте масово жінки почали носити їх лише наприкінці 60-х та у 70-х роках.



11 Марлен Дітріх [[Джерело](#)].

Зараз такі «універсальні» речі як брюки, піджаки та сорочки давно продаються у жіночих відділах — але досі асоціюються, в першу чергу, з «чоловічим» костюмом.

Жіночий одяг і функціональність

Проблема непрактичності жіночого одягу, на жаль, не залишилася у минулому сторіччі. І це стосується не лише виключно «жіночих» речей: підборів, маленьких сумочок та ін., які потрібні для того, щоб «прикрашати».

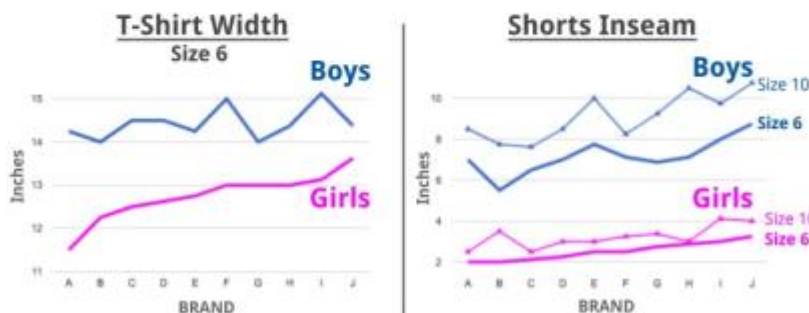
Відмінності речей для дівчат і для хлопців помітні вже у дитячому одязі. Так, шорти для дівчат у середньому на 65% коротші хлопчачі шорти того ж самого розміру. Рукави в одязі для хлопців на 36% довші.

Girls' Clothing Has A Fit Problem

Girls' clothes are significantly smaller than boys



Differences in fit are consistent across brands



Clothes Add To Pressures Girls Face To Be Thin

Source: Girls Will Be. Measurements of 10 top childrenswear brands, April 2017.
www.girlswillbeHQ.com

12 [Дослідження](#) Шерон Чоксі (Sharon Choksi) [\[Джерело\]](#)

Жіночий одяг коротший і тісніший, його виробники частіше використовують синтетичні та тонкі, напівпрозорі тканини. Окрема проблема — відсутність кишень, замалі або «фейкові» кишені. Часто їх немає навіть у туристичному, домашньому чи спортивному одязі, який за визначенням має бути комфортним.

Резонансу набула історія письменниці та активістки Кароліни Чріадо-Перес (Caroline Criado-Perez), яка намагалася знайти флісову куртку з кишенями в декількох магазинах туристичного одягу: «У дитячих і чоловічих варіантів були кишені, а у жіночих у тому ж діапазоні не було», — [розповідає](#) Чріадо-Перес.

Цікаво, що проблема з кишенями має давню [історію](#). Деякий час кишені були окремим аксесуаром. І жінки і чоловіки спочатку носили їх на поясі, згодом почали ховати під одягом. Вшиті кишені з'явилися у чоловічому одязі наприкінці 17 сторіччя — але цей елемент не увійшов до жіночого гардеробу. Після Великої французької революції стали популярними сукні з вузьким силуетом, під якими не могли розміститися ці сумки-кишені. Тому у моду увійшов рідікюль, який носили у руках.



13 [\[Джерело\]](#)

У той час, як у чоловічому костюмі було до 15 кишень, у жіночому вбранні могло не бути жодної. За кишені боролися у вже згаданому Rational Dress Society (1890-ті роки). Стаття з описанням проблеми була [опублікована](#) у New York Times ще в 1899 році.

Проте проблема функціональності жіночих речей залишатиметься актуальною, доки суспільство сприйматиме жінку та її одяг, в першу чергу, як об'єкт спостереження. «Я пам'ятаю, як Крістіан Діор сказав мені в 1954 році: «Чоловічі кишені для того, щоб зберігати у них речі, жіночі — для прикраси», — [згадує](#) Пол Джонсон (Paul Johnson) в *The Spectator*. І виробники жіночих речей досі ігнорують цей елемент — навіть коли це дозволяє криї речі.

Гендер і наші уявлення про майбутнє

Чи помічали ви, що в наших уявленнях про майбутнє (особливо це видно у кіно) герої часто носять однаковий одяг, який не можна назвати жіночим або чоловічим? На це [звертає увагу](#) авторка CNN Мері Різо (Mary Rizzo): «Одна з характеристик уявного майбутнього — відмова від гендерно маркованого одягу, який замінюється чимось функціональним і утилітарним». Цікаве спостереження. Щоправда у футуристичних фільмах костюми, як правило, майже однакові у всіх героїв, і використовуються скоріше для того, щоб проілюструвати ідею позбавлення людини індивідуальності, властиву для багатьох антиутопій.

Однак останнім часом все більше дизайнерів відмовляються від гендерного маркування одягу. Гендерно нейтральні речі можна побачити на світових

подіумах, показах незалежних дизайнерів і навіть на полицях масс-маркетів. Авторка *New York Times* Александра Джейкобс (Alexandra Jacobs) [дала цьому явищу назву](#) “the great gender blur” («велика гендерна розмитість»).

Звісно, тенденція до розмиття гендерних норм у моді існує давно. Але подібного масштабу тренд набув, здається, вперше. Цікаво, що він співпав із захопленням модної індустрії фемінізмом — воно почалося майже одночасно, приблизно у 2013 році. У цих двох тенденцій багато спільного — перш за все, відмова від стереотипів.

В теорії **гендерна нейтральність в одязі** означає відмову від поділу одягу на «жіночий» та «чоловічий» і передбачає створення універсальних моделей для всіх, незалежно від статі чи гендеру.

Але у ЗМІ гендерно нейтральними зараз називають і речі, які виготовлені для одного гендеру, але містять характерні «костюмні» маркери іншого (чи ті, в яких поєднуються типові маркери обох гендерів). Буває, що жінки купують і носять «чоловічий», а чоловіки «жіночий» одяг — такий одяг теж складно назвати гендерно нейтральним.

Гендерно нейтральна мода — очевидний реверанс у бік унісексу 90-х. Масове захоплення модою 90-х було особливо помітне у 2015-2016 роках. Замість терміну «унісекс» тепер частіше використовують словосполучення «гендерна нейтральність» — і це свідчить про певні зміни у суспільній свідомості.

Масовість тенденції часто [пояснюють](#) прагненням брендів здобути прихильність покоління міленіалів. І це має сенс — до 2020 року міленіали [становитимуть](#) 50% світової робочої сили. [За інформацією](#) *The Global Data* нове покоління «відходить від традиційних категорій та ярликів, таких як вік і стать». Міленіали [сприймають бренди](#) більш особисто та емоційно і прагнуть, щоб одяг відображав не гендерні стереотипи, а їхню індивідуальність.



14 Goolife clothing [[Джерело](#)]

Гендерно нейтральна мода увійшла у резонанс із трендом на так званий «оверсайз» — об'ємний одяг, який здається великим на кілька розмірів. Ідея «універсального» одягу диктує певні особливості фасонів, а речі вільного крою підходять більшості людей.

Моду на спортивний, athleisure стиль теж [пов'язують](#) з поширенням тенеденції. І дійсно, «жіночий» спортивний одяг найменше відрізняється від чоловічого за кроєм та конструктивними особливостями. Проте чимало речей заграють зі «спортивною» естетикою — однак є якими завгодно, але не спортивними. Показово, що більшість з них — це «жіночий одяг».



15 Isabel Marant sneakers [[Джерело](#)]

«Розмиття» гендерних норм на світових подіумах

Тенденція почала поширюватися приблизно у 2013 році. Чоловіча колекція *JW Anderson*, за зізнанням дизайнера, здивувала не тільки людей, мало знайомих з модою, але й деяких фешн-експертів. «Якби моєю метою було шокувати, я б зробив цю колекцію дійсно шокуючою. Це було б просто», — [коментує](#) Андерсон.



16 Показ чоловічої колекції осінь-зима 2013 від J.W. Anderson у Лондоні
[\[Джерело\]](#)

У своїй першій колекції для Gucci Алессандро Мікеле (Alessandro Michele) спробував переосмислити уявлення про «чоловіче» (осінь 2015). «Подібної «гендерної розмитості» ще ніколи не бачили у поважному італійському будинку моди», — [пише](#) авторка BBC Culture Ліндсі Бейкер (Lindsay Baker).



17 Показ чоловічої колекції Gussé осінь 2015 [[Джерело](#)].

Цього року у рамках показу колекції осінь-зима 2017 на Міланському модному тижні бренд вперше презентував жіночу та чоловічу колекції у єдиному шоу.

Показ колекції Gussé осінь-зима 2017 [[Джерело](#)].

Але Мікеле не був першопрохідцем. Міучча Прада (Miuccia Prada) відмовилася від окремих показів раніше. Гості шоу осінь-зима 2015 на Міланському модному тижні знайшли на своїх стільцях маніфест: «Гендер — це контекст і контекст часто є гендерно забарвленим». І жіночі, і чоловічі моделі були витримані у схожій мінімалістичній естетиці.



18 Колекція Prada осінь-зима 2015 [\[Джерело\]](#)

Вийти за межі гендерних норм вирішили і у модному будинку *Louis Vuitton*. Обличчям рекламної компанії жіночої колекції весна-літо 2016 вперше став чоловік — син голівудського актора Віла Сміта Джейден. На світлинах Джейден Сміт (Jaden Smith) разом із моделями Джин Кемпбел (Jean Campbell), Ріаною Ван Ромпай (Rianne Van Rompaey) і Сарою Бренер (Sarah Brenner) позує у спідниці.



SERIES 4

LOUIS VUITTON

19 Рекламна кампанія Louis Vuitton весна-літо 2016 [[Джерело](#)].

«Джейден добре виглядає у цьому одязі значною мірою тому, що він вписується у модельні стандарти. Але цей одяг личитиме не всякому чоловікові. Оскільки мода існує, щоб прикрашати тіло людини, в історії залишаться лише ті речі, які на це здатні», — [зазначає](#) авторка *New York Times* Ванеса Фрідман (Vanessa Friedman). Варто зауважити, що такий одяг пасуватиме і не кожній жінці.



20 Рекламна кампанія Louis Vuitton весна-літо 2016 [[Джерело](#)].

Чоловіки у спідницях

Звісно, Louis Vuitton не були першими, хто одягнув чоловіків у спідниці.

Перша згадка про чоловічі спідниці у дизайнерських колекціях [належить](#) до квітня 1983 року. Гості показу дебютної колекції молодого американського дизайнера Стівена Спрауза (Stephen Sprouse) побачили на подіумі чоловіка, одягненого у чорну джинсову міні-спідницю, під якою були чорні джинси.

Тенденція почала поширюватися — вже у квітні того ж року чоловічі спідниці з'явилися у колекціях декількох європейських дизайнерів.

«Барбі відправляється у подорож до космічних кривих природи» (“Barbie Takes a Trip Round Nature’s Cosmic Curves”) — так називалося шоу, яке представив бренд BodyMap у 1984 році. Колекцію створили дизайнери Девід Голах (David Holah) і Стіві Стюарт (Stevie Stewart). «Нам не вистачало моделей-жінок, тому ми одягли у спідниці чоловіків. Це виглядало настільки добре, що ми вирішили показати їх на подіумі», — [прокоментував](#) показ Стюарт.



21 Дизайнери BodyMap [\[Джерело\]](#)

Тижнем пізніше Жан-Поль Готьє (Jean Paul Gaultier) презентував спідниці у колекції «І Бог створив чоловіка» (And God created Man). «Якщо ви носите спідницю, це не означає, що ви не чоловік. Мужнім вас робить не одяг, а щось всередині вас. Чоловіки і жінки можуть носити той самий одяг і залишатися чоловіками та жінками. Це весело», — [пояснює](#) Готьє.



22 Спідниця, яку створив Жан-Поль Готьє [\[Джерело\]](#).

З цього часу сукні та спідниці час від часу з'являються у чоловічих колекціях. Наприклад, на весняному показі колекції Ріка Оуенса (Rick Owens) в Парижі (2013).



23 Чоловіча колекція Rick Owens, весна 2013 [\[Джерело\]](#)

Зверніть увагу, що майже на всіх фото спідниці або сягають підлоги, або одягнені зверху на брюки — у своїх заявах модна індустрія прагне до поміркованості.



24 Чоловіча колекція *Comme des Garçons*, весна 2009 [[Джерело](#)].

Нещодавно чоловічі спідниці з'явилися у масс-маркеті. Брюки з накладною спідницею випустили у Zara у 2015 році.



25 Брюки Zara, 2015 рік [\[Джерело\]](#).

Сприйняття тенденції українською модною індустрією

Глобальні тренди потрохи проникають у колекції українських дизайнерів. Наразі найяскравіше висловлювання — колекція *No gender* бренду *Who is it*. В офіційному інстаграм-акаунті бренд названо «гендерно нейтральним». На показах та у рекламних компаніях *Who is it* ті ж самі речі демонструють і жінки, і чоловіки.



26 Колекція *No gender* бренду *Who is it* [[Джерело](#)].

Потяг до гендерної нейтральності помітний і у колекціях Юлії Єфімчук (Yulia Yefimtchuk). «Я вважаю, що найближчого часу ми взагалі не будемо акцентувати увагу на тому, жіночий це одяг чи чоловічий. Для людства сьогодні важлива людяність», — зазначає дизайнерка [у коментарі](#) для українського Vogue.



27 Колекції Юлії Єфімчук [\[Джерело\]](#).

Вітчизняний бренд *Chakshyn* закликає до відмови від гендерних стереотипів. У колекції весна-літо 2017 — футболки із закликами “No Gender Anymore” («Більше немає гендеру») і “No Beauty Anymore” («Більше немає краси»).



28 Колекції весна-літо 2017 від Chakshyn [\[Джерело\]](#).

Одяг унісекс пропонує своїм клієнтам і бренд *W8Less*. Серед асортименту — накидки, брюки, костюми, светри та футболки.



29 Одяг унісекс W8Less [[Джерело](#)].

Проникнення у масс-маркет

Про поширення того чи іншого тренду свідчить поява у масс-маркеті. Навесні 2015 року у лондонському універмазі *Selfridges* відкрили триповерховий відділ *Agender*. У *Agender* пропонують відвідувачам та відвідувачкам гендерно нейтральний шопінг-експірієнс — там немає поділу на жіночий та чоловічий відділи.



30 Agender, Selfridges [\[Джерело\]](#).

У березні цього року лінійку гендерно нейтрального одягу *Denim United* випустив такий титан масс-маркету, як H&M. «Запуск колекції унісекс природний для нас, оскільки мода постійно розвивається і сьогодні ми бачимо безмежність демократичного стилю», — коментує речниця бренду Мерібет Сміт (Marybeth Smith).



31 H&M, Denim United [\[Джерело\]](#).

Аналогічну лінійку з назвою *Ungendered* від *Zara* (2016) розкритикували журналісти і фешн-експерти. Колекція складається переважно з футболок, джинсів та світшотів. Журналістка *Huffington Post* Енн Донахью (Anne T. Donahue) [вказує](#) на те, що *Zara* випустили лінійку «домашнього» одягу, який «ніколи не був настільки гендерно маркованим, як повсякденний чи формальний».

«Це однозначно прогресивний хід, особливо для такого великого ретейлера. Однак чимало речей у колекції — типово «чоловічі» предмети одягу — і їх також часто носять жінки. У лінійці немає речей, які традиційно називають «жіночим» одягом — суконь і спідниць», — [зазначає](#) авторка *Huffington Post* Мадлен Чанг (Madelyn Chung).



32 Zara, Ungendered [[Джерело](#)].

Чи є «гендерно нейтральний» одяг дійсно «нейтральним»?

Ідея «унісексу» передбачає певний баланс «жіночого» і «чоловічого». Але на прикладі колекції *Zara* бачимо, що «гендерно нейтральний» одяг здебільшого наслідує естетику «чоловічого» костюму.

На це [вказує](#) і дослідниця Шарлотта Джонс (Charlotte Jones): «...андрогінність має риси чоловічого гендеру, а «жіночність» ізольована виключно для використання жінками». І дійсно, пошук зображень за запитом “gender neutral fashion” та “gender neutral clothing” дає фото мінімалістичних речей переважно темних кольорів, які ближчі до «чоловічого» ніж до «жіночого».



33 Loewe [\[Джерело\]](#).

Якщо порівняти результати пошуку за запитами “unisex fashion” і “gender neutral fashion” можна помітити цікаву особливість. На відміну від «унісексу» 90-х, гендерно нейтральні речі виглядають більш «фемінно». У видачі можна побачити більше яскравих кольорів і речей з нестандартним кроєм — хоча гендерно нейтральний одяг, як і раніше, відповідає уявленням скоріше про «чоловіче», аніж про баланс «маскулінного» і «фемінного».



34 Rad Hourani. Фото за запитом “unisex fashion” [\[Джерело\]](#)



35 Agender, Selfridges. Фото за запитом “gender neutral fashion” [\[Джерело\]](#).

«Замість того, щоб розширювати права і можливості жінок, мода на гендерну нейтральність підтримує поширену серед чоловіків практику стирання і заперечення всіх «жіночних» тенденцій в чоловічій моді», — зазначає Шарлотта Джонс.

Але неприйняття «жіночого» і «жіночності» (зокрема, в одязі) поширене і

серед чоловіків, і серед жінок. У зарубіжному дискурсі є поняття **фемфобія**. Згідно з енциклопедією Social Justice Wiki «[фемфобія](#) ('femphobia') — це страх та ненависть до всіх людей, які сприймаються як жінки, жіночні чи подібні до жінок, незалежно від їхнього гендеру». Людей, які виглядають чи поведяться «жіночно», часто бачать слабкими, покірними і менш здібними. Фемфобія поширюється не лише на зовнішність, але й на стиль життя в цілому. Зайняття та захоплення, які традиційно сприймаються як «жіночі», нерідко вважають несерйозними та менш гідними уваги.



36 [\[Джерело\]](#)

Точка зору Джонс є спорною. Але за багато років чоловіча мода дійсно майже нічого не запозичила з жіночого костюму. Деякі бачать у цьому неприйняття чоловіками всього «жіночого» як маркера «слабкості», інші — наслідок гендерних заборон.

Важливе і питання прагматизму. Спідниця не прижилася у чоловічому гардеробі «не через гендерні заборони, а через те, що спідниця у порівнянні з брюками до смішного непрагматична. Боротьба можлива від гіршого до кращого; в зворотному порядку — дуже, дуже сильні стимули потрібні», — [вважає](#) дослідниця моди Ліно́р Горалі́к.

Гендерна нейтральність і контраст

На рекламних світлинах одягу «унісекс» можна помітити спільну рису — контраст. Їх візуальні образи часто побудовані на протиставленні або порівнянні жінки та чоловіка в однаковому або схожому одязі.



37 Rad Hourani [\[Джерело\]](#)

Джо Паолетті (Jo V. Paoletti) також помічає контраст між одягом, і людиною, яка в нього одягнена. Люди, одягнені в гендерно нейтральний одяг нерідко *«зберігають традиційні гендерні маркери, такі як волосся, макіяж, бороди і бюстгальтери. І одяг унісекс ще більше їх підкреслює. ...»*, — [зазначає](#) Паолетті .



38 Loewe [\[Джерело\]](#)

Коли естетика речей базується на опозиціях і контрасті, важко говорити про їх «нейтральність». Ми можемо шити та носити такий одяг — але змінити наше сприйняття гендеру значно важче. Ми досі бачимо меседжі, які несе одяг, через призму гендерних стереотипів. Тому питання про те, чи можливо, що визначення “гендерна нейтральність” чи “маркованість” одягу колись втратять свій сенс, ще довго залишатиметься відкритим.

Мова костюму складалася протягом століть. Вона безупинно ускладнювалася — одяг міг розповісти дедалі більше про свого власника. Серед вироблених нами маркерів гендерний — один з найпомітніших. Мода йшла шляхом віддалення чоловічого і жіночого костюму — і з роками вони все більше відрізнялися.

Одяг — невід’ємний від тілесності. Обмежуючи рухи та ходу, костюм диктує стиль життя і те, яким має бути тіло людини. Тіло пристосовували до модного силуету — і всіма шляхами змінювали, якщо воно йому не відповідало.

На початку минулого століття костюм став маніфестом нового часу. Демократизація жіночої моди йшла рука об руку з набуттям жінкою нових соціальних функцій. Жінки запозичували елементи більш зручного чоловічого костюму — так почалося розхитування уявлень про «фемінне» та «маскулінне».

Здається, зараз ми знову намагаємось переглянути гендерні нормативи у одязі — і це сигналізує про певні зрушення у суспільній свідомості. І вони стосуються не лише моди. Дедалі більше людей усвідомлюють неактуальність

патріархального status quo. І вихід у мейнстрім питань, пов'язаних з гендером, фемінізмом, нормативністю та тілесністю уможливорює більш відкрите їх обговорення. Модна індустрія розпочала діалог — і чекає на нашу реакцію.