

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА
ШЕВЧЕНКА
Філософський факультет
Кафедра етики, естетики та культурології

**«МОДА ЯК ОБ'ЄКТ ЕСТЕТИЧНОГО
АНАЛІЗУ: ТРАДИЦІЯ І СУЧАСНІСТЬ»**
Кваліфікаційна робота за спеціальністю 033 філософія
на здобуття освітнього ступеня бакалавра філософії

Студент-виконавець

Волчецька Дарія Ігорівна

IV курс,

Спеціальність 033 «Філософія»

ОПП «Філософія»

Науковий керівник:

Буцикіна Євгенія Олександрівна

кандидат філософських наук

доцент кафедри етики, естетики та культурології

Допущено до захисту:

На засіданні кафедри етики, естетики та культурології

Протокол №___ від _____ 2025 р.

Завідувач кафедри етики, естетики та культурології,

доктор філософських наук, доцент,

Ірина МАСЛІКОВА

Київ-2025

ПЛАН РОБОТИ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. КЛАСИЧНА ЕСТЕТИКА ПРО МОДУ	6
1.1 Е. Берк: мода як чинник афектів прекрасного і піднесеного.....	6
1.2 Мода як категорія залежної краси в концепції І. Канта.....	15
1.3 Мода як метод естетичного самоподолання у К. Розенкранца	23
РОЗДІЛ 2. СОМАЕСТИКА: ЗНАЧЕННЯ МОДИ В КОНТЕКСТІ ТІЛЕСНОСТІ.....	30
РОЗДІЛ 3. СПІВВІДНОШЕННЯ МОДИ І ЕСТЕТИКИ ПОВСЯКДЕННЯ.....	40
3.1. Естетика повсякдення як дослідницький підхід: ключові проблеми і методи.....	40
3.2. Естетичний аналіз моди як повсякденної практики.....	43
ВИСНОВКИ	50
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ДЖЕРЕЛ:	52

ВСТУП

Проблема моди одвічно була актуальною в історії філософії та естетики. Проте впродовж століть інтерес до цього питання не тільки не знижується, але зростає й поглиблюється. Проблематика моди як феномена культури та предмета філософської рефлексії належить до числа тих явищ, які, будучи позірно вторинними, насправді виявляють глибинні механізми формування естетичної чутливості, ідентичності та тілесного самовизначення суб'єкта. Протягом тривалого часу мода, що залишалася на периферії філософського дискурсу, часто сприймалася як щось поверхнєве та ефемерне. Однак сучасна філософія дедалі частіше звертається до моди як до важливого виявлення культурного й тілесного досвіду, здатного розкривати не лише смаки чи тенденції, а й структури символічного порядку, у якому живе людина. Естетична оцінка моди, отже, не може обмежуватися лише її декоративною функцією, а вимагає глибшого аналізу онтологічних, соціокультурних та феноменологічних вимірів.

У межах класичної естетики, представлені працями Едмунда Берка (*Edmund Burke*; 1729 — 1797 pp.), Іммануїла Канта (*Immanuel Kant*; 1724 — 1804 pp.) та Карла Розенкранца (*Karl Rosenkranz*; 1805 — 1879 pp.), мода аналізується через ключові естетичні категорії прекрасного, піднесеного та потворного. Її мінливість, соціальна обумовленість і відсутність внутрішньої необхідності позбавляють моду статусу самодостатнього естетичного об'єкта. Водночас уже в цих інтерпретаціях простежується розуміння моди як дзеркала культурного стану суспільства, як ознаки певної епохи. З появою філософських підходів, орієнтованих на тілесність, зокрема, сомаестетики, а також розвитком естетики повсякденності, мода стає простором самоконструювання суб'єкта, втіленням досвіду часу, чуттєвості, тілесної стилізації та етико-естетичної взаємодії з Іншим.

Актуальність теми дослідження. Філософське осмислення моди є важливим і значущим кроком до розуміння складної структури сучасного культурного простору. Фешн-індустрія впливає на формування індивідуальної та колективної ідентичності, вона є простором символічної взаємодії, тілесної самопрезентації та естетичного самовираження. Її дослідження дозволяє глибше збагнути на те, як змінюється уявлення про стиль, форму і смисл у постмодерному суспільстві. Мода як динамічний елемент культури вимагає філософського аналізу, здатного поєднати історичну традицію з викликами сучасності. Саме тому тема моди як об'єкт естетичного аналізу вже впродовж багатьох століть зберігає свою значимість як у межах академічної філософії, так і в ширшому культурному дискурсі.

Ступінь наукової розробки теми. Тема дипломної роботи досліджується на перетині кількох філософських підходів, кожен із яких має власну історію та ступінь опрацювання. На класичному рівні увага зосереджувалася передусім на узагальнених естетичних категоріях, у межах яких явище моди трактувалося опосередковано. Окремі аспекти моди вже були предметом аналізу в межах більш загальних концепцій смаку, стилю, естетичної нормативності, а також у контексті критики соціальної умовності та культурної мінливості.

У сучасній філософській традиції тема моди почала розроблятися як самостійний предмет дослідження в межах культурної, тілесної та візуальної теорії. З'явилися спроби осмислити моду як специфічну форму знаковості, як простір чуттєвої взаємодії, як механізм ідентифікації та естетичного досвіду. Особливу увагу почали приділяти її символічній функції, відношенню до споживання, часу, тілесності, суб'єктивності та естетичного вибору.

Водночас у філософській літературі спостерігається фрагментарність і відсутність системного підходу до розгляду моди як повноцінного естетичного явища. Більшість існуючих інтерпретацій

зосереджуються на окремих аспектах — історичних, соціокультурних або феноменологічних — не поєднуючи їх у цілісне бачення.

Таким чином, хоча окремі елементи теми вже були предметом філософського аналізу, синтез класичних, тілесних і повсякденних вимірів моди, який здійснюється в межах цієї роботи, залишається актуальним і малодослідженим напрямом, що потребує подальшого філософського осмислення.

Об’єктом дослідження постає філософська інтерпретація моди як естетичного феномена.

Предметом дослідження є модерні й сучасні інтерпретації моди в межах філософсько-естетичного дискурсу.

Метою дослідження є систематизувати історію і розвиток осмислення моди як естетичного феномена.

Поставлена мета реалізується в наступних завданнях:

1. Описати витоки, розвиток і філософський потенціал естетичного феномену моди.
2. Здійснити історико-філософську реконструкцію основних ідей щодо моди у працях Едмунда Берка, Іммануїла Канта та Карла Розенкранца.
3. Дослідити сучасні інтерпретації моди в контексті сомаестетики.
4. Проаналізувати співвідношення моди та естетики повсякдення як особливої форми буття естетичного у щоденному житті.

Методи. У роботі застосовано історико-філософський метод для реконструкції класичних естетичних концепцій моди, феноменологічний підхід для аналізу чуттєвого та тілесного виміру моди, а також компаративний і герменевтичний методи для зіставлення традиційних і сучасних філософських інтерпретацій моди в контексті сомаестетики та естетики повсякдення.

Структура роботи складається зі вступу, трьох розділів, трьох підрозділів першого розділу, двох підрозділів третього розділу, висновків та списку використаної літератури та джерел.

РОЗДІЛ 1. КЛАСИЧНА ЕСТЕТИКА ПРО МОДУ

Мода — явище комплексне та складне. Її багатогранність полягає в тому, що дослідженням моди апріорі не може займатися лише одна наука, адже у широкому значенні цей термін охоплює явища культури, включно з матеріальними й духовними цінностями, сформованими людством у процесі його становлення. У рамках класичної естетики, насамперед у традиції ідеалістичної філософії, мода зазвичай залишалася поза межами систематичного філософського осмислення, оскільки вона надто мінлива, довільна та позбавлена будь-якої онтологічної серйозності. Однак її феномен дедуктивно охоплюється в розгортанні основоположних естетичних категорій — прекрасного, піднесеного й потворного. У цьому контексті мода постає не як прикраса, а як символічний вузол, де перетинаються структури соціального, фізичного та емоційного досвіду. Крізь призму теорій Едмунда Берка, Іммануїла Канта й Карла Розенкранца стає можливим реконструювати екзистенційну й афективну складність моди, яка поєднує в собі як чуттєву привабливість, так і критичний потенціал.

1.1 Е. Берк: мода як чинник афектів прекрасного і піднесеного.

Едмунд Берк, як один із провідних мислителів доби Просвітництва та класичної британської естетики XVIII століття, відіграв значущу роль у становленні філософського підходу до аналізу емоційної природи естетичного досвіду. У своїй праці «Філософське дослідження про походження наших ідей піднесеного й прекрасного» (*A Philosophical Enquiry into the Origin of our Ideas of the Sublime and Beautiful*, 1757) він заклав підвалини класичної естетики Нового часу. Мотивом для написання трактату, як зазначає автор, було усвідомлення браку цілісної теорії, яка б пояснювала походження та природу людських емоцій і реакцій. Берк прагнув дослідити, як художні твори, природні явища, архітектура чи інші об'єкти сенсорного сприйняття викликають у людини сильне естетичне зворушення та впливають на уяву.

Центральним об'єктом естетичного аналізу у англійського мислителя є розмежування між піднесеним і прекрасним, які, на його думку, належать до відмінних естетичних категорій та не підлягають концептуальній уніфікації: «Він зауважив, що ідеї піднесеного і прекрасного часто плутають між собою та без розбору застосовують до явищ, які значно відрізняються одне від одного, а іноді навіть мають прямо протилежну природу. Навіть Лонгін у своєму неперевершеному трактаті, присвяченому одному з аспектів цієї теми, розглядав під спільним найменуванням — “піднесене” — явища, які є абсолютно несумісними між собою. Неправильне вживання поняття “прекрасне” є ще поширенішим і має ще серйозніші наслідки» [8, с. vi]. Таке розмежування є особливо важливим при спробі зрозуміти моду як мистецтво, що апелює до тіла, емоцій та соціальної чутливості, — а отже, до естетичних категорій, котрі формують перцепцію та самовираження індивіда.

Берк обґрунтовує піднесене як виняткову, суто афективну форму сприйняття, основною емоційною реакцією на яку виступає стан захоплення (*astonishment*), або радше — оніміння: «Пристрасть, яку викликає величне й піднесене в природі, коли ці аспекти діють з найбільшою силою, — це оніміння; а оніміння — це такий стан душі, за якого всі її рухи призупиняються, супроводжуючись певною мірою жаху» [8, с. 41]. Така характеристика виводить піднесене за межі раціонально опосередкованого сприйняття, оскільки воно перевищує можливості осмислення: свідомість не досягає його в категоріях розуму, а лише занурюється в нього як у безпосередній екзистенційний досвід. Саме ця втрата дистанції між суб'єктом і об'єктом, миттєва дезорієнтація й спустошення надають піднесеному сили. Воно не просто вражає — воно розчиняє спостерігача в собі та унеможлиблює будь-яку форму опору чи відстороненого тлумачення, залишаючи лише чуттєву залученість, що не піддається артикуляції.

Одним із ключових аспектів Беркової концепції є розрізнення між двома типами задоволення: позитивним задоволенням (*pleasure*) і насолодою, що виникає внаслідок усунення болю чи загрози (*delight*). «Насолода, що постає як видозміна болю, засвідчує своє походження — у своїй твердості, силі та суворій природі.» [8, с. 13]. Це важливе теоретичне уточнення, що суперечить усталеній традиції, котра протягом століть шукала своє підґрунтя виключно у приємному відчутті комфорту й гармонії. Берк, натомість, заявляє, що найглибші естетичні враження нерідко виникають у полі потенційної загрози й тривоги. Це, однак, пов'язано не зі страхом перед реальною небезпекою, а, радше, зі специфічним переживанням, що торкається свідомості. У піднесеному завжди присутній елемент порятунку — момент, коли ми свідомо чи несвідомо відчуваємо, наче ми могли б не пережити цього, проте пережили. Ця перевага життя над смертю й стає джерелом глибокої, майже екзистенційної насолоди. «Усе, що здатне в будь-який спосіб викликати ідеї болю та небезпеки, тобто все, що є хоч якоюсь мірою страшним, або має справу зі страшними об'єктами, або діє подібно до жаху, є джерелом піднесеного; тобто таким, що породжує найсильніше з усіх можливих емоцій, на які здатний людський розум» [8, с. 13], — пише Берк. Піднесене є формою естетизованого терору.

Мода, особливо авангардна чи радикальна, здатна викликати схожі переживання, адже вбрання, що зображають насильство або смерть — наприклад, одяг із латексу, металу чи з елементами оголеної плоті — не сприймаються як безпосередня загроза, проте спричиняють тілесну реакцію. Саме цей конфлікт і є джерелом піднесеного у моді: це не естетика комфорту, а рафінований досвід психологічної напруги, який дає відчутти, наче ми пройшли крізь небезпеку, навіть не ступивши в неї. Це спосіб відчутти себе справді живим. Подібні прояви радикалізують естетичний простір, відкриваючи глядачеві нову неочікувану форму насолоди. Тут тіло розчиняється в ідеї, а форма — у впливі. «Ми підкоряємося тому, чим захоплюємося; але ми любимо те, що

підкоряється нам» [8, с. 97]. Таким чином, тіло у вбранні вже є не лише простором для самовираження — воно стає візуальним згустком значень, що викликає оніміння. Інакше кажучи, у моді, що тяжіє до піднесеного, не ми володіємо образом — образ володіє нами, викликаючи захоплення, що поглинає й позбавляє контролю.

У Берковій естетичній теорії піднесене не постає як абстрактна категорія, а визначається як форма досвіду, що має конкретні матеріальні умови — об'єктивні якості, здатні викликати в уяві ефект перевантаження або ж, навпаки, екзистенційної порожнечі, тим самим виводячи суб'єкта за межі звичного чуттєвого сприйняття. До таких ознак мислитель відносить масивність, галас, раптовість тощо: «Одна лише надмірна гучність достатня для того, щоб приголомшити душу, призупинити її активність і наповнити її жахом» [8, с. 65]. Втім, визначальною серед них є *obscurity* — неясність, темрява, невизначеність. Піднесене, таким чином, — це не те, що ми безпосередньо бачимо, а те, що уявляємо на основі об'єкта, який лише натякає на приховану, глибшу й потенційно жахливу реальність: «Для того щоб щось справляло по-справжньому жахливе враження, йому зазвичай необхідна певна міра невиразності або темряви» [8, с. 43]. Зрештою, саме неясність пробуджує уяву, змушує її пильнувати й діяти в режимі тривожної настороженості — афективного стану, що становить ядро естетичного досвіду піднесеного.

Водночас піднесене постає як чуттєво-екзистенційний досвід, що не зводиться до суто ментальної реакції, а являє собою зміну в тілі. «Природа болю й страху зводиться до аномального нервового напруження, що порушує звичну рівновагу тілесного стану» [8, с. 122]. У цьому значенні піднесене не є ні абстрактною формою, ні естетичним судженням у кантівському сенсі — це радше фізіологічна реакція, рефлекс, вкорінений у нашій нервовій системі, в механізмах сприйняття. Тіло не просто споглядає піднесене — воно переживає його безпосередньо: тремтить, сковується, завмирає. Саме в цьому афективному напруженні й відкривається епістемологічна сила

піднесеного. Завдяки тілесності піднесене входить у простір досвіду як те, що глибше за раціональне, емоційніше за моральне та первинніше за смак.

У цьому контексті мода безпосередньо апелює до афективного виміру сприйняття. Структури, які ускладнюють рух, тканини, що викликають дискомфорт, незвичні силуети, які змінюють або спотворюють обриси тіла, — усе це активує не лише візуальну, а й соматичну рецепцію. Таке вбрання не просто презентує образ — воно буквально втручається у тілесне самовідчуття. За таких умов глядач, як і носій, сприймають моду не як прикрасу, а як виклик, адже образ виводить із зони звичного сприйняття, глядач втрачає естетичні орієнтири, що і стає передумовою піднесеного. У цьому сенсі мода — це простір темряви, в якому тіло ніби зникає, і залишається лише вібрація ефекту.

Таким чином, справжня суть піднесеного розкривається тоді, коли воно постає як переживання межі між можливим і неможливим, чуттєвим і надчуттєвим, смертним і трансцендентальним. Піднесене — це момент взаємодії суб'єкта з тим, що його перевершує, що виявляє вразливість тіла та розуму перед обличчям прірви, проте водночас відкриває можливість внутрішньо це подолати — саме тоді й виникає парадоксальне задоволення. Піднесене — це не втеча у приємне, а зосередження на болісному. Тут Берк відкриває нову естетичну парадигму, в якій межа між болем і красою розмивається. У його інтерпретації піднесене — це простір, у якому жах стає джерелом натхнення, страх викликає захоплення, а зустріч із незбагненим являє собою найвищу форму естетичного досвіду.

Ідея ж прекрасного у концепції англійського мислителя принципово протиставляється ідеї піднесеного. Йдеться не лише про різні естетичні ефекти, а й про два бінарні емоційні переживання — страх і любов. Істотне переосмислення класичної парадигми естетики, запропоноване Берком, полягає в тому, що він відкинув як раціональні, так і математичні методи класицизму й виводив прекрасне не з симетрії, досконалості чи

гармонії, а з тілесних відчуттів та афективного досвіду глядача. Воно не є ні метафізичною, ані трансцендентною категорією, а радше — внутрішнім досвідом, безпосередньо пов'язаним із нашою потребою у взаємозв'язку з іншими та інтимності.

Філософ формулює фундаментальне визначення прекрасного як міжособистісної властивості, зазначаючи: «Я називаю красу соціальною якістю, бо тоді, коли жінки й чоловіки — і не лише вони, а й інші живі істоти — пробуджують у нас радість і естетичну втіху самим фактом свого споглядання (а таких істот є чимало), вони водночас породжують у нас тонке почуття ніжності й афективної прихильності до їхнього буття» [8, с. 18]. Така дефініція прекрасного має важливе значення для філософії моди, адже, таким чином, це вже не просто естетичний вибір, а пряма форма звернення до Іншого, спосіб лагідно заявити про себе. «Вигляд міцності й грубої сили дуже шкодить красі. Навпаки, враження ніжності, а навіть крихкості, майже є її сутнісною ознакою» [8, с. 101]. Саме крихкість — чи то тіла, чи то силуету, чи то структури матеріалу — створює простір краси у моді. Візуальний код одягу, що балансує між оголеністю та захищеністю, відкритістю та тендітністю, апелює не до влади чи тривоги, як у випадку з піднесеним, а до здатності викликати довіру та душевний резонанс. Тому у створенні модних образів часто застосовуються світлі барви, пастельні відтінки, невагомі тканини та напівпрозорі фактури.

Таким чином, Берк спростовує низку традиційних визначень прекрасного, які стверджують, що його джерелом є пропорція або композиційний баланс, і засвідчує, що насправді нас приваблюють форми, які жодним чином не відповідають цим теоретичним критеріям. Наприклад, у рослин, які ми вважаємо красивими, немає раціональних пропорцій — те саме стосується тварин, людей і поняття досконалості взагалі. Особливо це помітно у випадку людського тіла, яке часто здається нам прекрасним не через свою симетрію, а саме завдяки гладкості шкіри, плавності руху, точності рис обличчя. «Це здається мені

настільки очевидним, що я щиро здивований: ніхто з тих, хто досліджував цю тему, не включив гладкість до переліку якостей, що формують прекрасне» [8, с. 98]. Суть краси полягає не в тому, щоб приголомшувати, а в тому, щоб заспокоювати, знімати напругу та викликати бажання торкнутися. У цьому сенсі прекрасне постає не як раціональне поняття, що обслуговує владу розуму, а як форма переживання, вкорінена в афективності, фізичній відкритості та сенсуальності.

Берк приділяє особливу увагу взаємозв'язку між прекрасним і тілесним потягом — коханням і статевістю. Різниця між простою похиттю (*lust*) і коханням (*love*) полягає в тому, що останнє включає уявлення про соціальне співіснування, а отже — про прекрасне. Філософ зазначає, що тварини діють відповідно до законів свого виду й не мають естетичного почуття, а їхньою мотивацією є виключно інстинкт. Людина ж істота складна, і її фізична привабливість нерозривно пов'язана із соціальними впливами. Тому саме краса, за Берком, є тією якістю, яка спрямовує і підсилює потяг: «Людина — істота, що наділена здатністю до значно більшої різноманітності та складності стосунків, — у своїй пристрасті, спільній з іншими тваринами, водночас поєднує уявлення про певні соціальні якості, які спрямовують і підсилюють цей потяг. І оскільки вона, на відміну від інших істот, не призначена для безмежного, неструктурованого способу існування, то цілком доречно, аби її вибір набував визначеності завдяки певній перевазі. Така перевага, як правило, повинна полягати в якості, що сприймається органами чуття, оскільки жодна інша не здатна так швидко, так сильно й так певно спричинити належний ефект» [8, с. 18]. Тобто саме прекрасне робить пристрасть не просто інстинктивною функцією, а основою вірності й кохання, воно визначає, хто з-поміж багатьох потенційних партнерів стане об'єктом потягу. Це — етичний вимір естетичного, який дає індивідові змогу будувати стосунки не як механічну взаємодію тіл, а як сенсорне співіснування. Через красу людина виходить за межі загального закону природи й набуває форми конкретного вибору, індивідуальної

прихильності, прояву чуттєвого інтересу. Модний одяг досить часто грає на такому балансі між демонстрацією та прикриттям: декольте, високі розрізи, тонкі тканини не лише відкривають тіло, а й роблять його центром естетичної уваги. Фешн-індустрія не просто формує смаки, а створює ситуації, в яких тіло досягає статусу бажаного через естетичну організацію, а не через біологічну необхідність.

Однак розуміння прекрасного не обмежується лише візуальним аспектом. Берк вбачає красу в усіх модальностях чуттєвого досвіду. Сюди належать ніжний дотик, мелодійність звуку, солодкий запах або приємний смак: «Усі тіла, приємні на дотик, є такими завдяки незначному опору, який вони чинять. Опір буває або до руху вздовж поверхні, або до тиску частин тіла одна на одну. Якщо перший опір слабкий — ми називаємо тіло гладеньким; якщо другий — м'яким. Основне задоволення, яке ми отримуємо через дотик, полягає в одній з цих якостей; а якщо вони поєднуються — наше задоволення значно зростає. Це настільки очевидно, що швидше може слугувати ілюстрацією для пояснення інших речей, аніж потребує пояснення на прикладі.» [8, с. 109].

Краса — це не форма, а стан, атмосфера, вібрація, яка пронизує тіло й впливає на нього зсередини. Тобто йдеться не лише про те, що ми бачимо, а й про те, що ми відчуваємо шкірою, слухом, нюхом — мовчазно й глибоко. «У звуках ми так само бачимо виявляємо здатність сприймати ніжні та делікатні враження; і наскільки солодкі чи прекрасні звуки відповідають нашим описам прекрасного в інших чуттях, може підтвердити досвід кожного.» [8, с. 111]. Такий підхід формує цілісну концепцію прекрасного як тотального сенсорного досвіду вкоріненого в тілі та емоціях. Це, безумовно, стосується моди, яка функціонує поза межами суто зорової рецепції. Одяг носять, і тому він безпосередньо взаємодіє з тілом — через свою текстуру, температуру, звуки, що виникають при русі (шелест шовку, шурхіт органзи, сухе тертя деніму), а також через запах матеріалу. Аромат парфумів, ритм ходи, звучання

прикрас, дотик тканини до шкіри — усе це складові одного естетичного цілого. Мода в цьому сенсі — не образ, а форма співпереживання.

Загалом Берковий погляд на прекрасне різко контрастує з тими філософськими ідеями, які розглядали красу як дороговказ до істини або як прояв морального ідеалу. Для нього краса не веде до трансцендентного — навпаки, вона вкорінена в емпіричному, фізичному та соціальному. Водночас філософ не відкидає повністю інтелектуального й морального виміру, визнаючи, що певні духовні якості також можуть викликати відчуття прекрасного. Однак він залишається вірним своїй чуттєвій, фундаментальній ідеї про те, що прекрасне — не абстрактне, а тілесно-інтуїтивне. Прекрасне — це форма комунікації, ніжний акт звернення, у якому немає місця страху й домінуванню. І саме в цій здатності лагідно торкатися полягає його головна сила.

Отже, з огляду на розмежування, запропоноване Берком між прекрасним і піднесеним, моду доцільно осмислювати не лише як феномен зовнішнього оздоблення, а як витончену чуттєву артикуляцію цих двох афективних реєстрів. Піднесене проявляється в ті моменти, коли вбрання втрачає своє суто функціональне призначення й починає травмувати погляд, виводити з естетичної зони комфорту, перетворювати одяг на знак екзистенційного потрясіння. Такий досвід особливо актуалізується в образах, що апелюють до надмірних форм, гіпертрофованих силуетів, тканин, які деформують пластику руху. Простори дефіле також нерідко функціонують як театри піднесеного: тиша, освітлення, навмисна уповільненість руху моделей, їхні беземоційні обличчя — все це створює атмосферу відчуженості й величної незбагненності. Тут мода перестає бути об'єктом насолоди, а постає як подія, що виводить глядача за межі пізнаваного та змушує не просто дивитися, а по-справжньому переживати її.

Прекрасне ж у моді функціонує зовсім інакше, його дія не ґрунтується на подоланні межі, а полягає в утвердженні близькості. Це не лише вираз індивідуального смаку, а й інструмент чуттєвого

структурування міжособистісних стосунків. Тут тіло не трансформується, а проявляється. Розкривається інший вимір естетичного — не піднесено-метафізичний, а чуттєво-соціальний. Матеріали, силуети, кольори — усе це несе в собі код емоційного зв'язку, комунікації без слів, що не домінує, не нав'язує себе, а запрошує бути поруч. І саме в цьому мода відповідає Берковому визначенню краси як соціальної якості, здатної породжувати прихильність.

Таким чином, багатогранна філософська спадщина Берка відкриває горизонти для тлумачення моди як простору, у якому прекрасне й піднесене перебувають у динамічному діалозі — від ніжного силуету до екстравагантного, силового жесту.

1.2 Мода як категорія залежної краси в концепції І. Канта.

Іммануїл Кант є родоначальником німецької класичної філософії та однією з ключових постатей у становленні естетики як самостійної дисципліни. Попри те, що він не присвячує феномену моди окремого трактату, його естетична система, викладена у «Критиці здатності судження» (*Kritik der Urteilskraft*, 1790), містить концептуальні підвалини для філософського осмислення моди як естетичного, але не мистецького явища. Ця праця народилася як спроба подолати розрив між двома попередніми частинами його критичної філософії: «“Критика чистого розуму” і “Критика практичного розуму” привели Канта до своєї дуалістичної моделі суб'єкта, заснованої на двох різнорідних здібностях душі — пізнання і бажання, орієнтованих на два протиборчі об'єкти — природу і свободу, що спонукало філософа до постановки третьої фундаментальної проблеми: чи можливий зв'язок між “зоряним небом над головою” і “моральним законом у грудях”. Аналізу здатності, яка могла б здійснити цей зв'язок, присвячена “Критика здатності судження” (1790). Для такої здатності душі, як почуття задоволення і невдоволення, Кант прагне знайти апіорні принципи. До питань естетики Кант ішов, вирушаючи не від мистецтва і навіть не від питань естетики у власному

розумінні, а від прагнення довести до досконалої повноти і ясності всю систему здібностей людської душі, визначити їхні стосунки і зв'язок. У центрі уваги Канта стояла не естетична, а телеологічна здатність судження, тобто здатність судження про доцільність.» [3, с. 106]. Тобто естетику Кант розглядав як завершальну частину філософської системи, підносячи її таким чином до рівня суто філософської науки.

Загалом мода виникла як символ модерності – епохи інтелектуальної сміливості та спрямованості вперед, що керується кантівським гаслом *sapere aude* (насмілься мислити). У своєму дослідженні «Естетика дизайну: теоретичні основи та прикладні дослідження» (*Design Aesthetics: Theoretical Basics and Studies in Implication*, 2023 р.) Мадс Нюгорт Фолькманн (*Mads Nygaard Folkmann*) пише: «Після появи визначальної праці Іммануїла Канта Критика здатності судження (1790) дисципліна філософської естетики сформувалася навколо питань про природу й функцію естетичних суджень. Саме завдяки філософській естетиці ми отримуємо теоретичні рамки для розгляду основоположних понять естетики — краси, онтології естетичних об'єктів і визначення місця естетичного на межі між об'єктивною реальністю та суб'єктивним досвідом. До того ж філософський підхід до моди відкриває можливості для фундаментальної рефлексії над нею в аспектах епістемології (як мода виступає способом пізнання соціального і культурного світу), феноменології (як мода структурує досвід тіла й сприйняття) та онтології (що являє собою мода як форма існування чуттєвості й вираження), — що є необхідним для осмислення моди як феномена і провідного медіума сучасної культури» [11, с. 14].

За Кантом, естетичні судження про красу є міжсуб'єктивними та мають як соціальний, так і культурний вимір. Таким чином, він приходить до висновку, що лише людина здатна сприймати красу. У своїй «Критиці здатності судження» німецький філософ вперше намагається системно окреслити автономність естетичного досвіду, звільняючи його від підпорядкування моралі, пізнання, практичної діяльності та всіх інших

проявів суспільного життя людини взагалі. Основним спрямуванням його критики є подолання протиставлення раціоналістичних і емпіричних підходів до пояснення естетичних проблем. Кант відмовляється від пошуку об'єктивних підстав прекрасного і зосереджує увагу на особливостях суб'єктивного естетичного судження. «Естетичне у Канта — це те, що знаходиться на кордоні чуттєвого і духовного [...] Естетичне — це “гетерогенне чуттєве”, воно є щось більше, ніж чуттєве, — воно пов'язане з мисленням і висловлює силу, невластиву повсякденній матерії» [3, с. 108]. Мода як форма естетичного сприйняття має сумнівну здатність здобувати всезагальне схвалення, оскільки її значення часто базується не на чистому судженні про смак, тобто такому, що не залежить від понять, — а радше на соціальному тиску чи ієрархії. «Судження смаку, в якому об'єкт називається прекрасним за умови визначеного поняття, не є чистим» [15, с. 60].

Ядром кантівської естетичної концепції постає категорія доцільності. Краса — це доцільність без мети. Саме це поняття становить теоретичну основу у межах побудованої ним ієрархії естетичних категорій, де першочергове місце посідає прекрасне, за ним іде піднесене, а далі — філософсько-естетичні категорії мистецтва й художньої творчості. Судження про прекрасне, за Кантом, не зумовлюється ані фактичною корисністю об'єкта, ані чуттєвою насолодою. Його джерело — в особливій гармонійній взаємодії уяви й розсудку, яка постає як внутрішньо спрямована, без визначеної мети. Прекрасне, відповідно, — це те, що викликає задоволення без інтересу і водночас виступає об'єктом універсальної прихильності без опори на поняття. Наприклад, споглядання форми об'єкта приносить насолоду, яка не залежить від прагнення до його існування чи володіння ним. Це почуття є чистим і вільним від будь-якої практичної зацікавленості. Судження про красу апелює до загальнолюдського почуття, оскільки спільна структура пізнавальних здібностей дозволяє суб'єкту вважати, що інші за аналогічних умов також поділятимуть його естетичну оцінку.

Ключовим у визначенні естетичного характеру явища у Канта є розмежування між вільною та залежною красою. «Існує два види краси: вільна краса (*pulchritudo vaga*) або лише залежна краса (*pulchritudo adhaerens*). Перша не передбачає жодного поняття про те, чим має бути об'єкт; друга, навпаки, передбачає таке поняття і разом із ним — відповідну досконалість об'єкта. Краса першого виду зазвичай розглядається як самодостатня краса тієї чи іншої речі; натомість краса другого виду, пов'язана з поняттям (тобто обумовлена краса), приписується об'єктам, що підпадають під поняття певної мети» [15, с. 60]. Це розрізнення, що ґрунтується на наявності або відсутності поняття мети, відіграє ключову роль і в сучасних інтерпретаціях моди. Так, Сьюзі Менкес, редакторка моди в «Міжнародний Геральд Трібюн» (*International Herald Tribune*), зауважує: «Справжня мода має бути функціональною і, отже, може бути класифікована лише як прикладне мистецтво або ремесло. Якщо одяг не придатний для носіння, це вже не мода. Але, можливо, це мистецтво“. Такий погляд є проблематичним. Менкес використовує нефункціональність як критерій розмежування між мистецтвом і немистецтвом. Це — традиційний критерій, який зустрічається в таких авторів, як Адорно. Вперше він був чітко сформульований у Канта, який у своїй Критиці здатності судження (1790) розрізняє вільну та залежну красу. Це розрізнення пов'язане з тим, наскільки естетичний досвід має певне об'єктивне призначення, тобто чи можна його використати з практичною метою. Для Канта об'єкт естетичного судження має бути вільним від мети або призначення, щоб бути справжнім об'єктом мистецтва, точніше — об'єктом чистого естетичного судження. Водночас цілком очевидно, що майже весь одяг має саме таку мету: бути носибельним. Існують, звичайно, приклади одягу, який навмисне зроблено нефункціональним, але вони — радше виняток. З цієї причини одяг практично зникає з такого кантіанського бачення естетики. Водночас очевидно, що естетичне поле охоплює значно більше, ніж нечисленну групу об'єктів, які відповідають

кантіанським вимогам. Така кантіанська перспектива є проблематичною, зокрема тому, що вважає нефункціональними цілі групи об'єктів, які, однак, важко назвати мистецтвом, і водночас ігнорує той факт, що деяке сучасне мистецтво, навпаки, прагне бути корисним. Враховуючи розвиток мистецтва в новітній час, нефункціональність уже не може бути дієвим критерієм для визначення мистецтва» [31, с. 104].

Мода, що базується виключно на утилітарності та носибельності, майже завжди потрапляє до сфери залежної краси, яка передбачає поняття мети, а отже не може бути об'єктом вільного естетичного судження. «Але краса людини (сюди належить і краса чоловіка, жінки чи дитини), краса коня або будівлі (такої як церква, палац, арсенал чи альтанка) передбачає поняття мети, яка визначає, чим річ має бути, а отже — і поняття її досконалості; тому така краса є лише залежною красою. Так само як змішування приємного (відчуттєвого) з красою, до якої, власне, має відношення тільки форма, заважає чистоті судження смаку, так і поєднання добра з красою (мається на увазі добро, тобто відповідність речі її призначенню) порушує її чистоту.» [15, с. 60].

Важливим аспектом творення прекрасного за Кантом є геній. «Геній — це вроджена здатність душі (*ingenium*), за допомогою якої природа дає мистецтву правила» [17, с. 308]. На відміну від природи, мистецтво є продуктом людської діяльності, що, за Кантом, має особливий статус: воно діє закономірно без закону, навмисно без наміру. Джерелом справжнього творення постає не розсудок і не дотримання зовнішніх канонів, а глибинна спонтанність, що впливає з індивідуальної природи митця, якого Кант означає як генія. Він є абсолютно оригінальним креативним началом. Творення, отже, є продуктом натхненного акту генія, а мистецтво взагалі, можливе лише завдяки генію. І втілювати він може винятково шедеври, а тому історія мистецтв, відповідно постає історією шедеврів. Більше того, розсудок, уява і смак, за Кантом, можуть бути притаманні багатьом людям, тоді як дух належить виключно генію. «Дух в естетичному значенні — це животворний принцип у душі. Те,

завдяки чому цей принцип оживляє душу, — матеріал, який він для цього використовує, — є тим, що доцільно приводить душевні здібності в рух, тобто в таку гру, яка підтримує саму себе і водночас зміцнює сили, необхідні для її здійснення». [17, с. 314]. Саме тому у сфері моди визначальним є не механічне наслідування усталених канонів або зовнішніх стандартів, а вияв оригінальної сили у формотворенні. Мода може виступати вищою мірою мистецтва лише тоді, коли її творіння є актом геніальної інтуїції, що породжує нові естетичні орієнтири.

Категорія ж піднесеного в естетиці Канта постає як форма естетичного досвіду, що репрезентує інший вимір чуттєво-розумового сприйняття. Спираючись на Берка, німецький філософ надав поняттю піднесеного ще глибшого змісту, досліджуючи його вже з позицій трансценденталізму. «Кант визначає піднесене як негативне задоволення та рефлексивне судження, засноване на суворому зв'язку між уявою і розумом. Для Канта піднесене поєднує естетику й етику, встановлюючи зв'язок між моральним судженням і чуттєвим досвідом через спільний практичний розум. Згідно з Кантом, суб'єкт може пережити піднесене, сприймаючи об'єкт, який є або надто величезним (математичне піднесене), або бурхливим і динамічним (динамічне піднесене) і перевершує здатність суб'єкта до чуттєвого осягнення. Однак рефлексивне судження приводить суб'єкта до задоволення від його здатності мислити нескінченне.» [1, с. 15]. Відповідно, мислитель розрізняє два види піднесеного: математичне та динамічне. Перше стосується екстенсивних вимірів протяжності у часі, формах тканин і просторовому розгортанні модних композицій; друге — у силі та масштабі, у динаміці модних образів. Прикладами першого є нескінченна кількість орнаментів, витончених узорів тканин або розмаїтість форм у складках одягу; прикладами другого — розкішні об'ємні кутюрні сукні або драматичні покази мод, де грандіозність і рух сягають ефекту приголомшення. Піднесене в обох випадках перевершує спроможність нашого чуттєвого сприйняття та пригнічує діяльність уяви. Таким чином,

піднесеність виникає тоді, коли людина відкриває граничні виміри досвіду. Так само, як і прекрасне, воно також приносить задоволення саме по собі. Проте у випадку прекрасного задоволення пов'язане з уявленням про якість, тоді як у піднесеному — про кількість. Піднесеним Кант вважає те, «що ми називаємо безумовно великим» [15, с. 68]. Усвідомлення такої величі природи стає можливим завдяки пробудженню здатності душі сприйняти її значущість і могутність.

Втім істинно піднесеним є розум, моральна природа людини, її прагнення до того, що виходить за межі чуттєво досяжного. Об'єкти ж лише слугують поштовхом до такого переживання, а тому справжню піднесеність слід шукати виключно в душі того, хто висловлює судження. Категорія піднесеного виступає для Канта тим вузловим моментом, де знову поєднуються естетичні й моральні принципи. «Коли ми оцінюємо об'єкти виключно на основі понять, усяке уявлення про красу зникає. Отже, не може існувати жодного правила, за яким когось можна було б примусити визнати щось прекрасним. Чи є сукня, будинок або квітка прекрасними — це питання, у якому ми відмовляємось дозволити нашому судженню підпорядковуватись будь-яким міркуванням або принципам. Ми хочемо подивитися на об'єкт на власні очі — так, ніби наша насолода залежала від відчуття. І все ж, коли ми це робимо й називаємо об'єкт прекрасним, ми вважаємо, що говоримо загальнолюдським голосом і претендуємо на згоду всіх, хоча жодне приватне відчуття не може бути вирішальним — окрім як для самого спостерігача та його власного смаку» [15, с. 47]. Більше того, мода як культурна практика не лише не відповідає ідеї прекрасного, а й часто суперечить їй. Це пов'язано з її залежністю від унікальності та наслідування, які протистоять автономності смаку. Кант був одним із перших, хто окреслив новаторство як визначальний критерій моди: «Новизна робить моду привабливою» [14, с. 148]. Хоча попередники німецького мислителя ототожнювали моду з красою, Кант зазначає, що «вона взагалі не обов'язково має бути пов'язана з красою і що, навпаки, вона може “перероджуватися у щось фантастичне й навіть

огидне”, оскільки у моді йдеться більше про суперництво, ніж про смак» [31, с. 25].

В естетиці Канта предикат і водночас категорія краси в судженні смаку описували особливий тип задоволення — незацікавленого, яке забезпечувала гармонійна гра здібностей уяви та розсудку. Однак в аналітиці прекрасного і піднесеного знайшлося місце й для відрази. Кант описував її як дивні відчуття, що спочивають на чистій уяві, коли об’єкт нав’язує насолоду, а його художня форма не відрізняється від чуттєвої природи самого об’єкта. Постійно звертаючись до негативного задоволення, Кант при цьому не присвятив його аналізу окремого трактату.

У своїх міркуваннях про моду німецький мислитель пропонує концептуальний опис, зосереджений на загальних змінах екзистенційного укладу: «Усі моди за своєю суттю є мінливими способами життя», — пише він [14, с. 148]. Кант виводить моду за межі звичайної естетичної практики, наголошуючи на її зв’язку з динамічністю людських уподобань і суспільної поведінки. Тому мода — це не лише питання смаку, а й відображення історичної плинності духу.

У цьому ж контексті Кант наголошує й на соціодинамічній природі моди, вказуючи на її повільне розповсюдження: вона використовується «нижчими верствами після того, як її відкинули при дворі» [31, с. 40]. Така модель залишається актуальною та є домінуючою в моді і в наш час. Одяг є ієрархічно впорядкованим механізмом культурної диференціації, в якому новизна стає головним вектором не стільки художньої, скільки соціальної дії.

Отже, у кантівській естетиці мода постає як складна форма людського досвіду, що функціонує на перетині чуттєвого та духовного виміру. Через свою обумовленість практичними та суспільними цілями вона не здатна підпорядковуватися вимогам чистого естетичного судження. Як результат, одяг потрапляє до категорії залежної краси, що передбачає концепт мети. Така оцінка моди унеможлиблює її включення

до сфери вільної краси, яка є основою кантівського розуміння прекрасного.

Водночас Кант не заперечує естетичної значущості моди як соціального індикатора й механізму формування поведінкових і культурних норм, надаючи їй статус символу духу доби та форми життя. Значущим є те, що моду він осмислює не через усталені канони, а через динаміку новизни, виявляючи її амбівалентність, адже одяг може бути як актом естетичного самовираження, так і соціальним конформізмом. Така подвійність відкриває можливість інтерпретувати моду як арену морально-естетичної гри уяви, розсудку та духу — особливо у випадках, коли вона сягає рівня мистецтва завдяки творчого акту генія.

1.3 Мода як метод естетичного самоподолання у К. Розенкранца

Карл Розенкранц — видатний представник німецької філософської думки XIX століття. Мода не стає самостійним об'єктом аналізу в його головній праці «Естетика потворного» (*Aesthetik des Hässlichen*, 1853), втім мислитель торкається її у низці висловлювань, що надає можливість реконструювати основні риси його філософського погляду на моду як феномен, що відображає глибинні суперечності естетичного досвіду.

Ключовим елементом концепції Розенкранца постає категорія потворного, що є безпосереднім продовженням класичної гегелівської естетики. Трактат «Естетика потворного» вважається першим фундаментальним дослідженням цього явища в межах філософського дискурсу. За своїм змістом потворне є набагато складнішим, ніж формальне заперечення краси, оскільки має тісний зв'язок із низкою чуттєвих проявів, що в історії естетичної думки набули статусу повноцінних категорій. Починаючи з Канта, який розглядав потворне як вид художнього спотворення, де форма невіддільна від природи об'єкта, естетика потворного поступово виходить на передній план філософських досліджень — як у континентальній, так і в аналітичній традиціях.

Звернення людини до потворного може бути мотивовано інтересом до пізнання нового, допитливістю та цікавістю, проте корені його — як оцінної категорії, так і чуттєвого переживання — завжди лежать у глибинах людської свідомості. Через осмислення потворного людина пізнає внутрішній простір власної психіки та зв'язок між рівнями свідомого та несвідомого зі структурами світу. Це допомагає їй у процесах самоідентифікації та самовизначення у світі. Мода, що тяжіє до крайнощів — як у своїй екстравагантності, так і абсурдності, — насправді є потужною формою художнього пізнання. Вона демонструє межу між прийнятним та відштовхуючим, між нормалізованим та девіантним. Для Розенкранца це є необхідним інструментом культурної саморефлексії. Потворність сучасних форм може розкривати несвідомі імпульси суспільства, глибинні архетипи страху, бажання чи іронії, що дає можливість розглядати фешн-індустрію як форму естетичної патології у філософському сенсі, а саме як прояв дисфункцій у системі репрезентації духу, що одночасно породжують новий зміст.

Важливим є те, що Розенкранц не заперечує ідею прекрасного, а, навпаки, розкриває необхідність розуміння потворного як його діалектичного протилежного полюса, без якого повне осмислення прекрасного неможливе. Так само, як істина, за Гегелем, постає лише через самозаперечення духу, що проходить етапи відчуження і повернення до себе, так і прекрасне потребує потворного для повного вираження своєї смислової повноти. Естетика, що не бере до уваги потворного, на думку Розенкранца, є однобокою та абстрактною, оскільки вона замикається на позитивному і втрачає внутрішній рух. Гегелівська діалектика, яка мислить дійсність через єдність протилежностей, дозволяє Розенкранцу висунути наступний аргумент: потворне не є антиестетичним у буквальному сенсі — воно є негативною формою прекрасного, а отже, частиною естетичного. У цьому полягає радикальність його підходу: потворне не знищується, не усувається з поля краси, а включається до нього як момент його діалектичного

визначення. Так само, як і в гегелівській логіці, де кожне поняття переходить у свою протилежність, щоб у синтезі постати в новій, вищій формі, так і в естетиці прекрасне переходить у потворне, аби повернутися до себе вже в новому змісті, збагаченому досвідом заперечення.

У своєму філософському доробку Розенкранц наголошує на обмеженості краси та вводить категорію потворного: «Краса — це виражене й гармонійне виявлення, яке дух дарує сам собі в елементі чуттєвості. Саме тому й природа може бути прекрасною, оскільки її створив дух, і вона, у своїх формах та рухах, віддзеркалює його свободу. [...] Як втілення свободи в чуттєвій формі, краса водночас обмежена самою собою, адже свобода є власною необхідністю, а природа, через яку ця свобода набуває чуттєвого втілення, скрізь визначається внутрішньою закономірністю пропорції. Всі логічні визначення поняття пропорції цілком застосовні до краси, так само як і всі визначення природної пропорційності. Евритмія, симетрія та гармонія становлять абстрактні засади будь-якої прекрасної форми й руху.» [25, с. 297]. Тобто краса є лише формальним втіленням свободи в межах чуттєвості. І з цієї обмеженості її природи виникає потреба в потворному, яке розкриває те, що не може бути виражене в рамках суворої гармонії. Потворне не просто протистоїть красі — воно доповнює її, відкриває її межі, вказує на її іншість: «Справжня модерна краса, навпаки, завжди містить у собі домішку потворного — чи то трагічного й песимістичного за своєю природою, чи то комічного й оптимістичного. Це пояснюється тим, що краса, будучи концептуально самодостатньою, у своїй заперечуваності потворним завжди вказує на саму себе.» [25, с. 5].

Таким чином, потворне в естетиці Розенкранца не просто допустиме — воно необхідне. Водночас воно не є безформним чи хаотичним у філософському сенсі, навпаки, мислитель шукає внутрішню логіку потворного, його власну структуру, класифікує його види і прояви, тобто застосовує до нього ту саму раціональну схему, що й до прекрасного. Такий підхід ґрунтується на переконанні, що навіть негатив має бути

осягнутий як необхідний момент істини. Тому Розенкранц розробив докладну ступеневу класифікацію потворного: потворне в природі, духовно потворне, потворне в мистецтві. Він виділяє три основні види потворного з їхніми підвидами. Перший — це відсутність форми або безформність: аморфне, асиметрія, дисгармонія. Другий — це неправильне: неправильне загалом, неправильне в різних стилях мистецтва, неправильне у видах мистецтва. Третій — це деформація або розпад форми. Вона поділяється на ординарне (слабке, нікчемне), відразливе (грубе, мертво і порожнє, огидне) та карикатуру.

Вияв ж відразливого, за Розенкранцом, свідчить не про естетичну хибу, а про симптом духовного зрушення. Тимчасові модні надмірності можуть репрезентувати епохальну втому, екзистенційне зневір'я або втрату моральних орієнтирів. У цьому контексті навіть смак — найтендітніша з естетичних категорій — піддається деконструкції. Розенкранц аналізує смак не як гаранта істини, а як культурну змінну, в якій відразливе і витончене можуть мінятися місцями залежно від історичних умов. Одяг тут слугує показовою сферою прояву відразливого, де ті чи інші стилістичні елементи — викликаючи шок, огиду або подив — не просто порушують гармонію, а провокують діалог між формою, тілом і духом епохи. Розенкранц ілюструє те, як у моді відразу може набувати демонстративного характеру — ставати навмисною естетичною провокацією, що підкреслює межі сприйнятого. Одяг, що обмежує рухи або іронізує над тілом, створює емоційний розрив між очікуваним та видимим — породжує імпульс до рефлексії. Фешн-тренди, що випробовують терпимість глядача або носія, не є помилкою дизайну: це навмисний естетичний жест, який підриває стабільність сприйняття. У цьому сенсі дискомфорт — це не недолік, а структурна умова модної естетики.

Карикатура ж, яку Розенкранц трактує як ключову категорію аналізу деформації, стає для нього засобом осмислення естетичних надмірностей стилю. Як і в карикатурі, в одязі діє механізм перебільшення, що

перетворює норму на знак: «Карикатура виводить окреме за межі пропорційного, створюючи тим самим диспропорцію; нагадуючи про свою ідеальну протилежність, вона набуває комічного характеру.» [25, с. 119]. Мода, таким чином, постає як форма естетичного викривлення, де потворне не усувається, а, навпаки, використовується для підриву або віддзеркалення ідеалу. Стилiстична деформація, що проявляється в крайніх формах коду одягу, є не лише естетичним жестом, а й філософським викликом. Карикатура стає методом виявлення прихованих диспропорцій, а її використання в моді — способом зображення соціального гротеску. Розенкранц наголошує на тому, що така деформація — це не недолік, а механізм, завдяки якому культура формує свою власну критику.

Відповідно, мода інтерпретується мислителем у межах ширшої діалектичної взаємодії категорій прекрасного, потворного й комічного. Він зазначає: «Сфера традиційно прекрасного — мода — сповнена явищ, які, з погляду ідеї прекрасного, можна було б назвати лише потворними, проте вони тимчасово визнаються за красиві. Йдеться не про те, що ці форми є прекрасними самі по собі, а радше про те, що дух епохи знаходить у них найбільш відповідне вираження власної специфіки й поступово звикає до них.» [25, с. 34]. Тимчасовість, плинність і контекстуальна залежність модних форм свідчать про те, що дизайнерські вироби є способом, у який дух епохи реалізується у найвідповідніших для себе формах. Її потворність не суперечить прекрасному — навпаки, стає його історичною передумовою. «Через моду дух шукає насамперед те, що відповідає його настрою — і навіть потворне здатне стати засобом адекватного самовираження. Саме тому минулі модні форми, особливо ті, що нещодавно вийшли з ужитку, зазвичай видаються потворними або комічними, адже зміна настрою відбувається тільки через протилежності.» [25, с. 34]. Інакше кажучи, навіть потворне може ставати засобом автентичного естетичного вираження, якщо воно резонує з внутрішнім станом або кризою історичної доби. Це дозволяє розглядати

естетичні моделі не як прикраси, а як форми символічної артикуляції культурної самосвідомості. Для Розенкранца мода — це не лише відображення естетичної нестабільності, а й активний механізм руйнування стереотипів: вона є методом естетичного самоподолання, адже не боїться гротеску, бо вбачає в ньому ресурс смислу.

У різних культурах зовнішній вигляд постає не лише як візуальний феномен, а як інструмент репрезентації внутрішніх цінностей та доміантних ідеалів епохи. У цьому сенсі тренди — це не поверхневе наслідування, а складна система символічних означень, через яку суспільство транслює свої уявлення про себе. Розенкранц, досліджуючи історичну динаміку тілесної репрезентації — зокрема в зачісках, одязі та манерах, — наводить приклад із римської історії: «Римляни часів республіки, які підкорили світ, були гладко виголені. Навіть Цезар і Август не носили борід. Лише починаючи з романтичної епохи Адріана, коли Римська імперія дедалі більше занепадала під натиском варварських орд, повна, густа борода увійшла в моду — ніби чоловіки, відчуваючи власну слабкість, прагнули знайти в ній підтвердження мужності та відваги.» [25, с. 34]. Тут мода постає не лише як естетичне явище, а й як форма соціального захисту, спроба символічним жестом компенсувати втрачену впевненість у собі. Таким чином, одяг як знакова структура постає радше як форма символічної метаморфози — способу перетворення внутрішнього змісту на зовнішню візуальну форму, пов'язану з ідентичністю, статусом, релігійною належністю, соціальною роллю або політичним жестом.

Отже, філософія моди у Карла Розенкранца засвідчує фундаментальний поворот у розумінні естетики, у якій стиль постає як симптоматичне поле естетичної динаміки, де проявляються глибинні протиріччя духу епохи. Найглибшим внеском німецького мислителя в класичну естетику є те, що він не лише визнає потворне, а й робить його органічною частиною естетичного мислення. У цьому полягає справжній радикалізм його теорії: потворне не вилучається, не долається, не

маргіналізується — воно входить у ядро естетичного як його антитеза, прокладаючи шлях до нового синтезу. Таким чином, сфера естетичної думки розширюється, охоплюючи форми та вирази, які традиційна філософія виключила з поля прекрасного. Тому можна сміливо стверджувати, що естетика Розенкранца — це не теорія стабільної гармонії, а філософія естетичної напруги, де прекрасне, потворне й комічне взаємопроникають, утворюючи динамічний образ культури. Філософ не заперечує красу, натомість демонструє її онтологічну залежність від потворного як моменту самопізнання духу. Його вчення — це не побудова нової естетики, а виявлення прихованої глибини вже існуючої.

Особливого значення набуває його спроба класифікувати потворне як системне явище, що має внутрішню структуру й закономірності. Це підриває уявлення про потворне як хаотичне чи безформне, та навпаки, розкриває його як категорію, яка є не менш змістовною, ніж прекрасне. Мода, у цьому контексті, стає простором, де дух епохи — через тілесність, матеріальність, дисгармонію й гротеск — висловлює ті аспекти себе, які не можуть бути репрезентовані класичною формою краси. Таким чином, одяг являється не декоративним феноменом, а естетичною сценою автентичного розкриття себе. Тут мода більше не постає як антипод філософії чи поверхнева форма, що протистоїть змісту, — навпаки, вона стає метафорою самої філософії естетичного як живого, напруженого процесу осмислення себе й світу.

РОЗДІЛ 2. СОМАЕСТИКА: ЗНАЧЕННЯ МОДИ В КОНТЕКСТІ ТІЛЕСНОСТІ

Сомаестетика - це галузь міждисциплінарних досліджень, що зосереджується на формуванні теоретичних і практичних знань, присвячених вивченню феномена тіла. Вона відбиває прагматичну ідею філософії як засобу покращення досвіду у вигляді рефлексивного мистецтва життя. Термін «сомаестетика» був введений американським філософом Річардом Шустерманом (*Richard Shusterman*) у 1996 році як поєднання двох грецьких коренів: «сома» — тіло, та *aesthesis* — чуттєве сприйняття, що дало назву естетиці як філософії чуттєвого досвіду. У низці своїх праць Шустерман пояснює, що обрав саме «сома» замість більш знайомих термінів, «щоб уникнути проблематичних асоціацій, пов'язаних зі словом “тіло” (яке може означати неживу, позбавлену розуму річ), а також із “плоттю” (яка позначає лише м'ясисту частину тіла й тісно пов'язана з християнськими уявленнями про гріх)» [29], і щоб наголосити, що йдеться про «тіло, яке живе, відчуває, діє з певною метою, а не просто про фізичний об'єкт» [29]. Як концептуальна єдність, «сомаестетика» «передбачає проект оцінювання та культивування тіла не лише як об'єкта, що зовні демонструє красу, піднесеність, грацію та інші естетичні якості, а й як суб'єктивність, яка ці якості сприймає й тілесно переживає відповідні естетичні насолоди» [29].

За словами Шустермана, сомаестетика як дослідницький проект уперше постала як відповідь на необхідні зміни у двох основних напрямках його філософського пошуку: прагматистській естетиці та філософії як втіленому мистецтві життя. Американський філософ вважав, що прагматична естетика має визнати, що творча, практична та політична дія потребує головного людського інструменту — тіла. До того ж, якість філософського життя може істотно зрости завдяки глибшому усвідомленню та вправному опануванню тілесності як ключового посередника між суб'єктом і зовнішнім світом. Водночас Шустерман із жалем відзначав, що естетика, як і філософія в цілому, зазнала редукції,

«високого мистецтва життя до другорядної, спеціалізованої університетської дисципліни» [28, с. 301], що вузько зосереджена на красі та витонченому мистецтві. Відтак філософ закликав до відродження «ідеї Баумгартена про естетику як пізнавальну дисципліну, що покликана вдосконалювати життя, яка виходить далеко за межі питань краси та образотворчого мистецтва і поєднує в собі як теорію, так і практику» [28, с. 301], а також до припинення «ігнорування тіла, яке Баумгартен фатально заклав в основу естетики» [28, с. 301]. У своїй концепції Шустерман прагнув відновити «сома — живе, чутливе, цілеспрямоване тіло — як незамінне середовище всього сприйняття» [29]. Таке удосконалення соматичної свідомості передбачає не лише інтенсифікацію мистецького сприйняття та творчої діяльності, а й розширення потенціалу чуттєвої рецепції значень і переживань, здатних трансформувати повсякденний досвід у мистецтво життя.

Шустерман запропонував три фундаментальні виміри нової галузі — аналітичну, прагматичну та практичну сомаестетику. Перша з них є найбільш теоретично орієнтованим виміром, який «описує основну природу тілесного сприйняття та практик, а також їхню функцію у нашому знанні та конструюванні реальності» [28, с. 304]. Прагматична ж сомаестетика ґрунтується на аналітичному рівні й «має виразно нормативний, приписовий характер — вона пропонує конкретні методи соматичного удосконалення й здійснює їхню порівняльну критику» [28, с. 304]. Остання зосереджена на практиці соматичної турботи — «через розумну, дисципліновану тілесну роботу, спрямовану на вдосконалення себе як соматичного суб'єкта (у репрезентативному, експериментальному чи перформативному ключі)» [28, с. 307].

З початку XXI століття сомаестетика еволюціонувала у повноцінний міждисциплінарний напрям. Первісно Шустерман розглядав її як складову філософії або як одну з гілок естетики, однак сьогодні вона постає як «відкрите поле для колаборативного, міждисциплінарного й транскультурного дослідження» [29] з широким спектром застосувань —

від мистецтва, дизайну та політики до моди, медицини, спорту, бойових мистецтв, і навіть використання психоактивних речовин у сфері освіти.

Таким чином, сомаестетика являє собою міждисциплінарну дослідницьку галузь, що має підґрунтя у філософській теорії, але водночас пропонує інтегровану концептуальну систему та низку методологічних підходів, спрямованих не лише на глибше розуміння тілесного досвіду людини, а й на вдосконалення якості тілесного сприйняття та самопрезентації. Вихідною засадою цієї концепції є переконання, що розвиток соматичної усвідомленості та тілесної майстерності сприяє покращенню багатьох вимірів людського існування, у межах яких мода посідає важливе місце. Враховуючи, що ми існуємо через сому не лише в її фізичному, а й в емоційному та перцептивному вимірах, то цілком виправданим є прагнення до критичної рефлексії та уважної роботи з тілесністю як засобом глибшого проживання та якісного вдосконалення повсякденного буття.

Мета сомаестетики полягає в тому, аби удосконалити смислове наповнення, глибину розуміння, функціональну результативність і естетичну виразність наших рухів, а також середовищ, у яких ці рухи здійснюються та з яких вони черпають енергію й значення. Заради реалізації цих завдань сомаестетика охоплює широке коло форм знання, дискурсивних моделей, соціальних практик і інституцій, тілесних технік, культурних традицій і ціннісних орієнтацій, що формують або потенційно здатні трансформувати способи соматичного осмислення. До них належать як добре відомі форми догляду за собою — дієти, естетичне декорування, масажі, — так і складні тілесні системи, що вимагають тривалого опанування, такі як бойові мистецтва, хатха-йога, еротичні техніки, бодібілдинг, аеробіка, калістеніка. Ці практики різняться як за своєю структурою, так і за спрямованістю. Одні з них мають фрагментарний характер і концентрується на окремих частинах тіла, зокрема через косметичні процедури, пластичну хірургію, макіяж чи засоби догляду за шкірою. Натомість інші системи мають цілісний

характер і спрямовані на інтеграцію всього тіла в єдину функціональну єдність. Йдеться про соматичні методики, що працюють не лише з м'язами чи поставою, а й з нервовими кінцівками, відчуттями, ритмами та увагою. Вони формують нову тілесну організацію, спрямовану на внутрішню рівновагу, енергетичний баланс та когнітивну ясність. У межах цих підходів гармонія тіла трактується не лише як бажаний результат, а й як умова досягнення ментальної стабільності.

Особливістю сомаестетичного мислення є відмова від дихотомії «тіло–розум». Такі дисципліни розглядають людське існування як єдність чуттєвого, інтелектуального й рухового, де тілесне не протистоїть ментальному, а є його носієм і продовженням, соматична практика, таким чином, стає не лише засобом тренування, а формою естетико-екзистенційної роботи над собою.

Окремого аналітичного розгляду потребує вектор спрямованості тілесних практик. Адже певні форми, зокрема, бодібілдинг, йога або дієти реалізуються індивідом у межах самотрансформації та самовдосконалення, тоді як інші, як-от масаж, хірургічні або косметологічні втручання спрямовані на модифікацію тіла іншої особи. Проте цей розподіл не є абсолютним, оскільки більшість практик мають двосторонній характер. Наприклад, косметичні техніки чи еротичні мистецтва водночас стосуються як власного тіла, так і тіла іншого, створюючи поле взаємного досвіду та спільної тілесної присутності. Крім того, навіть ті дисципліни, які формально спрямовані на себе, нерідко мають соціальну мотивацію — прагнення викликати бажання, схвалення або естетичне визнання з боку іншого. Водночас й ті практики, що формально мають альтруїстичне спрямування, можуть містити елементи нарцистичного задоволення або самоствердження.

У сомаестетичному підході мода розглядається як невіддільна від тілесного досвіду, оскільки саме через тіло — його вигляд, рух, відчуття — людина не лише пізнає світ, а й артикулює себе в соціальному просторі. Важливо наголосити на суспільному вимірі цієї взаємодії: тіло

не тільки формує культуру, а й формується нею, водночас виконуючи функцію носія символічного, комунікативного та ідентифікаційного змісту. Тілесність є публічною формою вираження такою ж мірою, як і мова чи інтелектуальна рефлексія: ми можемо «ділитися» своїм тілом, своєю тілесною виразністю і навіть задоволенням так само, як і своїми думками, а отже, наше тіло — це соціальний маркер приналежності, смаку й цінностей. Саме ця репрезентативна функція тілесності виявляється у феномені моди як простору соматичної самостилізації. Людина, яка піддає своє тіло модифікації через одяг, макіяж, фізичні навантаження чи пластичні втручання, стає не лише споживачем, а й учасником естетичної гри, в якій тіло постає водночас об'єктом та суб'єктом. Тут модна практика формує гігантський комерційний ринок, що охоплює косметичну, фітнес та дієтичну індустрію, а також рекламу, яка підсилює бажання соматично стилізувати себе. Парадоксальність цього бажання полягає в тому, що воно одночасно спрямоване на відповідність ustalеним канонам (груповим нормам), але й передбачає індивідуальне самовираження — прагнення «бути своїм» і «бути унікальним» відбуваються одночасно. Навіть у випадку опозиційних субкультур, які демонстративно відкидають домінантні стилі, все одно діє внутрішня логіка смакової приналежності.

«Практична сомаестетика є третьою гілкою сомаестетики. Вона охоплює не концептуальне чи теоретичне дослідження методів соматичного вдосконалення, а їхню безпосередню тілесну реалізацію. Наприклад, практична сомаестетика — це не читання або написання текстів про йогу чи тайцзицюань, а фактичне виконання їхніх вправ і рухів.» [30, с. 103]. Окрім гілок, існує ще три виміри соматичних практик, які також релевантні для осмислення моди. Перший — репрезентативний, зосереджений на зовнішніх формах тіла, його вигляді, візуальній стилізації та символічній функції. До цього виміру належить мода у вузькому сенсі — як система візуального самовираження. Другий вимір — емпіричний, орієнтований на якість тілесного досвіду, на внутрішнє

самопочуття й сенсорну чутливість. Тут мода постає не лише як візуальна оболонка, а як носій комфортного або дискомфортного досвіду, що безпосередньо впливає на настрій, самооцінку і навіть соціальну поведінку. Наприклад, незручний одяг не просто викликає тілесне напруження, а змінює весь вектор сприйняття — тіло втрачає привабливість через фізичні прояви дискомфорту, такі як піт чи свербіж. Навпаки, вбрання, яке дарує приємні відчуття, часто посилює візуальну привабливість і впевненість у собі. Таким чином, зовнішнє і внутрішнє в моді взаємозалежні: вигляд впливає на самопочуття, а тілесне самопочуття — на вигляд. «Різниця між репрезентативною та емпіричною сомаестетикою полягає в домінуючій тенденції, а не в жорсткій дихотомії. Більшість соматичних практик мають як репрезентативні, так і емпіричні виміри (і винагороди), оскільки існує базова взаємодоповнюваність репрезентації та досвіду, зовнішнього та внутрішнього. Те, як ми виглядаємо, впливає на те, як ми себе відчуваємо, і навпаки. Такі практики, як дієти чи бодібілдинг, які спочатку застосовуються для репрезентативних цілей, часто породжують внутрішні почуття, які потім шукають заради їхнього власного емпіричного задоволення. Так само, як соматичні дисципліни внутрішнього досвіду часто використовують репрезентативні сигнали (такі як зосередження уваги на частині тіла або використання образних візуалізацій), так і репрезентативні дисципліни, такі як бодібілдинг, використовують емпіричні підказки для досягнення своїх цілей зовнішньої форми, допомагаючи розрізнити, наприклад, вид болю, який сприяє нарощуванню м'язів, від болю, який вказує на травму. Ми можемо побачити цей взаємозв'язок внутрішнього та зовнішнього також у сфері моди. Ми не тільки хочемо добре виглядати в одязі, ми також хочемо добре в ньому почуватися; але гарний вигляд може змусити нас почуватися добре, тоді як гарне відчуття в одязі, взаємно, може змусити нас виглядати краще в ньому. Цю взаємозалежність, мабуть, найкраще можна побачити на негативних прикладах. Костюм, тканина якого

викликає у нас дискомфортну спеку та свербіж, також зробить нас менш привабливими через піт та дискомфорт, які ми видимо демонструємо.» [30, с. 103].

Третій вимір — перформативний — стосується тих тілесних практик, у яких ключову роль відіграє не вираження чи досвід, а ефективність та результативність. І хоча мода не завжди напругу асоціюється з перформансом, в реальності вона часто включає елементи демонстрації — дефіле, позування, театралізованість. Крім того, дисципліни, такі як бодібілдинг або танець, перетинають модну та показову сфери, оскільки поєднують візуальність, тілесну роботу та публічну презентацію.

Важливим є те, що еталон за яким створюється одяг уособлює парадокс моди, адже тіло зі стандартними антропометричними параметрами, відібране не за естетичними критеріями, трансформується у нормативний зразок для серійного виробництва одягу. Таким чином, одна конкретна конфігурація стає основою для формування уявного «ідеального» тіла, на яке й орієнтується масова мода. Проте тут виникає ще одна сомаестетична проблема: розрахунки базуються на модельованому тілі, яке у реальності є рідкісним винятком. «Компанії не створюють окремі зразки для кожного розміру — вони створюють один ідеально відпрацьований зразок для середнього розміру, а всі інші розміри розраховуються математично на основі усереднених пропорцій, відштовхуючись від стандартного зразка.» [30, с. 94]. Інакше кажучи, більшість тіл, які купують одяг, не збігаються з прототипом, на якому його було сконструйовано, а отже — не відчують ідеального припасування.

Проте тілесна залученість у моду, за Шустерманом, виходить далеко за межі приміряння. Одяг не лише створюється для тіла, а й формує його. Історичні практики корсетування, деформації стоп (аж до китайського бинтування), або сучасні модні звички — ходіння на підборах, носіння тісних сорочок, офісного одягу, що обмежує рухи, — усе це формує не

лише зовнішній вигляд, а й звички, поставу, манеру ходи й навіть способи самопрезентації. Тіло не є природною основою, що лишається незмінною під одягом, — навпаки, воно трансформується, піддаючись культурному впливу тканини, крою, силуету. Якщо виникнення одягу першочергово було зумовлене переважно практичними потребами — захистом тіла від холоду та зовнішніх впливів, — то мода постає як явище, що поєднує функціональність із декоративністю.

Біблійна оповідь, натомість, пропонує інше походження моди — сором, викликаний гріхопадінням, змусив Адама й Єву прикрити наготу, зшивши фігове листя. Втім мода, якраз навпаки, оголює тіло саме шляхом його прикриття. Вона спрямовує увагу на сам жест приховування, який водночас створює ілюзію оголення, часто через такі візуальні засоби, як глибокі вирізи, прозорі тканини чи обтислі силуети тощо. Аналізуючи цей еротичний парадокс — натякове оголення через прикриття — Адольф Лоос (*Adolf Loos*) по-своєму інтерпретує біблійну історію. За його словами, не скромність змусила Єву одягнути фіговий лист, адже скромність, як риса, передбачає розвинену культурну структуру й була чужою первісній людині. Єва ж вдягнулася, лише аби утримати прихильність Адама. «Оголена вона, безумовно, може збудити чоловічу пристрасть, але не здатна втримати любов. [...] Жінка вбирається, щоб стати для чоловіка загадкою і тим самим розбудити в ньому бажання розгадати її» [19, с. 63]. При цьому чоловіча мода у цьому сенсі не надто відрізняється — вона також апелює до тіла через натяк, а не пряме оголення. Історичні форми, як-от кодпіси, громіздкі плечі в костюмах чи прозорі сорочки, створюють той самий ефект прихованої демонстрації.

Більше того, одяг діє не лише на рівні фізичного тиску — він також носить символічне навантаження. Люди, які носять певну форму, наприклад, поліцейські або лікарі, змінюють свою поведінку навіть у ситуаціях, не пов'язаних із професійною діяльністю. Одяг задає не тільки межі руху, а й норми соціальної взаємодії, рольові моделі, ідентичність.

Таким чином, тілесні манери пристосовується до значень, закладених у відповідний одяг.

Окремий сомаестетичний парадокс полягає в тому, що мода балансує між конформізмом і виокремленням. Вона одночасно включає індивіда в соціальну групу та дозволяє йому виділитися. Модна індивідуальність насправді уніфікована — вона конструюється через стандартизовані речі. Ми висловлюємо «себе» не шляхом створення унікального одягу, а обираючи серед вже наявних зразків. Модна індивідуальність — це конвенційна форма самовираження, прийнятна в межах певної групи або стилю.

У пізньокапіталістичному споживчому суспільстві, де молодість, активність і здорове тіло стали новими маркерами успішності, саме вони домінують як основні фігури модного дизайну. Такі бренди, як Lululemon Athletica, відповідають цій логіці, оскільки орієнтуються на великі й економічно активні групи, що поділяють подібні тілесні та естетичні очікування. Вибір дизайнера — це завжди соціальний вибір: він обирає тіло, для якого хоче створювати речі, і цим самим формує не лише силует виробу, а й уявлення про те, яким має бути правильне тіло. Лоос ще на початку ХХ століття чітко сформулював цю залежність: «Якої форми має бути стопа, яку обрати за стандарт? Такої форми, якої є нога соціально найпрестижнішого класу» [19, с. 45]. Відтак, мода не лише відображає суспільну ієрархію, а й тілесно її кодифікує.

Історичні трансформації взуття— від вузької ноги лицаря до об'ємної стопи бургера, від витончених придворних підборів до довгих урбаністичних ступень ХХ століття — підтверджують, що мода завжди адаптується до соціальної динаміки й одночасно формує її. Із цим пов'язана ключова сомаестетична теза: дизайн не є нейтральним, він тілесно та політично маркований. Пошитий одяг і форма взуття не лише прикрашають, а й кодують соціальне тіло, задають його допустимі рухи, статуру, тип постави, ритм ходи.

І хоча сучасне суспільство, здавалося б, розмиває класові межі та прагне інклюзивності, мода продовжує відтворювати нові варіації тілесної нормалізації. Офіційно носієм стандарту визнається людина середнього розміру. Проте поняття «середній розмір» є відносним, адже «ми більше не можемо покладатися на якусь одну домінуючу соціальну групу як на джерело нормативного розміру» [30, с. 100]. Замість цього дизайнери створюють уявного середнього споживача — статистично змодельованого і візуально привабливого. А отже, навіть «середнє» тіло стає результатом культурної, естетичної й економічної селекції.

Фінальний іронічний поворот цієї логіки полягає в тому, що споживачеві здається, ніби саме він обирає бренд. Насправді ж, бренд обирає споживача ще до того, як той зайшов у магазин: «Ми, споживачі модного одягу, зазвичай вважаємо, що це ми обираємо своїх дизайнерів. Але насправді вони вже обрали нас — саме тому їхній одяг нам так підходить» [30, с. 100]. І цей збіг між ідеалом дизайнера та тілом покупця часто є точнішим за реальне припасування, бо ґрунтується не на фізичній відповідності, а на глибокій сомаестетичній ідентифікації.

Таким чином, мода в сомаестетичному вимірі постає як складна форма тілесного пізнання світу, що одночасно формує і структурує досвід — чуттєвий, естетичний, соціальний. Вона організовує не лише зовнішній вигляд, а й способи бачити, відчувати, рухатися, жити в тілі — й через тіло — у просторі культури. У цьому сенсі мода — це не просто поверхневий шар культури, а її тілесно втілена глибина.

РОЗДІЛ 3. СПІВВІДНОШЕННЯ МОДИ І ЕСТЕТИКИ ПОВСЯКДЕННЯ

3.1. Естетика повсякдення як дослідницький підхід: ключові проблеми і методи.

У другій половині ХХ століття в межах англо-американської естетичної традиції сформувався новий теоретичний напрям, що постав як критична відповідь на редукцію естетики до філософії мистецтва. Йдеться про концептуалізацію повсякденного як повноцінного простору естетичного досвіду. «Естетика повсякдення прагне звільнити естетичне дослідження від майже виняткової зосередженості на красі (і певною мірою — на піднесеному), що є характерною рисою модерної західної естетики.» [26]. Цей підхід репрезентує зрушення до ширшої, інклюзивної парадигми, що акцентує увагу не на виняткових художніх артефактах, а на повсякденних формах тілесного сприйняття, матеріальних практиках і сенсорній взаємодії з оточенням, які раніше залишалися поза межами академічного аналізу. Естетика повсякденності — це сфера дослідження у філософії, зосереджена на подіях, обставинах та видах діяльності, які через свою рутинність залишаються на периферії людської уваги.

Першочергове застосування естетичного підходу до аналізу повсякденності стало можливим завдяки ідеям прагматичної естетики Джона Дьюї (*John Dewey*), який у своїх працях вказував на різноманітність обставин за яких проявляється чутливість, підкреслюючи важливість відчуттів, ритму й енергії у взаємодії кожної істоти зі своїм оточенням. З цього погляду, повсякденна практика — так само, як і мистецтво — може містити елементи усвідомленого й інтенсивного переживання. Дьюї досліджував естетику радше як досвід суб'єкта, ніж властивість витворів мистецтва. Саме цей підхід й дозволив подолати об'єктоцентричне розуміння естетики, яке перешкоджало розгляду

естетичного поза межами художніх або просто красивих об'єктів, що вважалися прийнятними лише завдяки притаманним їм властивостям.

Сучасний підхід до естетики повсякденного охоплює як позитивні, так і негативні аспекти, адже об'єкт естетичної уваги зміщується з формального чи художнього артефакту до процесів, рутин, матеріальних текстур, побутових сценаріїв та невербальних сигналів. Тут на перший план виходять не лише традиційно позитивні естетичні властивості — такі як гарне, витончене, піднесене, — а й ті властивості, що донедавна знаходилися поза межами естетичного: «негативні естетичні якості — такі як потворність, гротескність, огидність і відраза — не були відсутніми в домінантному естетичному дискурсі, проте не посідали в ньому чільного місця» [26]. Тому особливою заслугою естетики повсякдення є звернення до «негативної естетики», оскільки рутинне існування насичене саме такими переживаннями, і вони безпосередньо впливають на якість людського існування. Часто саме негативна естетика виступає каталізатором естетично мотивованої дії — прагнення до переосмислення середовища, його трансформації, впорядкування або створення нових форм чуттєвої організації простору, здатних компенсувати пережите дискомфортне чи травматичне враження. Це веде до ще одного ключового зсуву в методології — визнання естетики дії. Естетичне в повсякденні виникає не лише в момент споглядання, а передусім у процесі взаємодії з речами, людьми, матеріалами. «Суттєву частину структури повсякденного життя становить наша активна залученість у практичну діяльність — взаємодію з об'єктами, виконання дій і досягнення певних результатів, що мотивуються естетичними міркуваннями.» [26]. Саме тут виявляється концептуальна близькість до прагматичної філософії та феноменології, адже досвід розуміється як результат тілесно-практичної залученості, а не як продукт дистанційованого споглядання чи рефлексивного судження.

Окрема увага приділяється також атмосферності як естетичному явищу. «Ми часто переживаємо атмосферний характер ситуації —

напружений або розслаблений, радісний або меланхолійний, піднесений або стриманий, привітний або відчужений...» [26]. Простір, ситуація, взаємодія створюють атмосферу, яка відчувається як єдина структура значення й чуттєвості. У цьому контексті атмосфера стає об'єктом філософського аналізу нарівні з артефактом або твором мистецтва, хоча вона не має чітких меж, авторства чи стабільної форми.

Більше того, естетика повсякденного виявляє тісний зв'язок із політичними, соціальними та етичними вимірами, засвідчуючи, що естетичне судження справляє безпосередній вплив на реальність: воно формує споживчі практики, підтримує або підважує соціальні ієрархії, а також сприяє естетизації таких явищ, як насильство чи структурна нерівність. «Естетичне має суттєву здатність впливати, а подекуди й визначати якість життя та стан суспільства.» [26]. Естетика повсякдення розглядає ці механізми критично, пропонуючи естетичну грамотність як інструмент емансипації та соціальної відповідальності. Показовим у цьому контексті є підхід Каті Мандокі (*Katya Mandoki*), що звертає увагу на деструктивне застосування естетики як засобу емоційної маніпуляції в політичній сфері, вказуючи на нацистську пропаганду як приклад свідомого використання естетичних засобів для заохочення до насильства. Арнольд Берліант (*Arnold Berleant*) також підкреслює негативні аспекти естетики повсякденного, зокрема її роль у політичних практиках і естетичний вимір тероризму. На його думку, перенаселеність міст, забруднення космічного простору, тиснучі й клаустрофобні стани – є екстремальними ситуаціями, що спричиняють травмування чуттєвого досвіду. Водночас для Берліанта естетика мислиться як форма активного й інтенсивного залучення суб'єкта у взаємодію з простором, що охоплює як конструктивні, так і руйнівні модальності взаємодії з реальністю сучасного урбанізованого світу.

Таким чином, загальний сенс такого підходу полягає у поєднанні традиційного трактування естетики як теорії мистецтва з водночас

розширенням її горизонту на повсякденні об'єкти, середовище й життєвий досвід у цілому.

3.2. Естетичний аналіз моди як повсякденної практики.

Мода — це сукупність звичок, цінностей і смаків, що домінують у певну епоху існування людства. У вузькому сенсі її зазвичай ототожнюють зі змінами стилю в одязі. У ширшому ж значенні мода є прямим проявом культури та вираженням ідентичності різних соціальних груп. Вплив моди відчутний навіть на такі, здавалося б, незмінні характеристики людини, як расові ознаки та біометричні параметри.

У сучасному світі вона проникає далеко за межі візуального виміру, охоплюючи всі основні сфери суспільного життя. Так, економічна сфера тісно пов'язана з обігом товарів, попит на які визначається не лише функціональними характеристиками, а й актуальністю естетичних кодів. У політичному вимірі мода може виступати як засіб артикулювання колективної ідентичності, зокрема в межах етнічних спільнот, що виражають себе через орнаментальні або стилістичні елементи в одязі. Соціальна стратифікація також дедалі частіше проявляється у символічному статусі речей — брендовані аксесуари й одяг фіксують позицію індивіда в соціальній ієрархії. Нарешті, духовно-культурна сфера не лише продукує модні тенденції, а й перебуває під їхнім впливом, адже саме через них утворюються нові форми естетичної чутливості.

Мода має знакову природу, поєднуючи в собі форму та вкладений у неї зміст. «У цьому контексті Зіммель прямо звертається до взаємовідносин між модою і її споживачами. Одяг мав би бути пристосований до суб'єкта, бо спочатку був створений ним і для нього. Але на практиці все відбувається навпаки: саме суб'єкти змушені пристосовуватися до об'єктів (тобто до одягу). [...] Те, що було створене суб'єктом і для суб'єкта, відокремлюється від свого джерела і починає жити за власною логікою. Сучасна культура є неминучим результатом цього розвитку: речі, знання та технології починають домінувати над

людиною. Саме це Зіммель і називає „трагедією культури“. Людина опиняється переваженою об’єктивним духом, який сама ж і створила.» [31, с. 118]. Індивіди завжди прагнуть підкреслити себе як щось унікальне, однак це самоствердження, парадоксальним чином, відбувається шляхом використання виключно речей, які мають певну символічну вартість. Суб’єкт шукає підтвердження своєї ідентичності у світі знаків — у візуальних, брендових і матеріальних формах, які слугують засобами самовизначення. Суперечливість цієї ситуації полягає в тому, що в пошуках своєї автентичності ми покладаємося на уніфіковані символи масової культури. Мода завжди поєднує в собі дві полярні тенденції: вона дозволяє особистості виразити індивідуальність, але водночас підкреслює її належність до соціальної спільноти. Носячи модний одяг, особа демонструє як власну відмінність, так і готовність до конформізму — втілюючи конфлікт, в якому свобода самовираження переплітається з підпорядкуванням культурній нормі. «Більше, ніж будь-коли, символічна вартість речей є вирішальною для нашої ідентичності й соціальної самореалізації. Речі дедалі більше стають схожими на рекламу, ніж на традиційні товари. Ми купуємо не сам продукт, а ідею продукту, й через неї — належність до певного стилю. [...] Практика продажу метапродукту, а не просто продукту, має довгу історію. Уже в 1907 році працівник з відділу декорацій у магазині *Wanamaker’s* у Нью-Йорку казав: “Люди не купують річ; вони купують ефект”.» [31, с. 121].

Ми споживаємо символи, керуючись прагненням до конструювання власної ідентичності. Знакова вартість дедалі більше виходить на перший план, поступово витісняючи інші аспекти товару. Практики набуття речей із символічним навантаженням, що в минулі епохи слугувало засобом підкреслення належності до певного соціального класу, у сучасному контексті дедалі більше орієнтується на вираження індивідуальної самості. Соціолог Харві Фергюсон (*Harvey Ferguson*) зазначає: «Товар може стати знаком лише тому, що він позбавлений внутрішньої цінності. Його здатність репрезентувати залежить від його внутрішньої

незначущості». [10, с. 38]. Сучасні об'єкти споживання нерідко надходять у культурний обіг уже із готовими сенсами, спеціально сконструйованими для того, щоб викликати у споживача певну емоційну або ідентифікаційну реакцію. У межах такого підходу сам продукт постає як попередньо інтерпретований: споживачеві залишається лише пасивно засвоїти запропонований зміст, не вступаючи в активний процес створення значення.

«Найпоширеніша трансформація символічного значення — це його випаровування після появи товару на ринку. Ми особливо чітко бачимо це на прикладі того, як ринок присвоює субкультурні феномени.» [31, с. 128]. Субкультура відіграє роль одного з ключових джерел модних інновацій. Саме молодіжне середовище часто ініціює формування нових стилістичних напрямів, які згодом запозичує та трансформує комерційна мода. Субкультурні коди — включно з елементами одягу, зачісками, музичними вподобаннями та мовленнєвими практиками — постають як форма опору панівним цінностям і нормам. Проте ринок швидко перехоплює ці коди, адаптує до мейнстріму — і вони втрачають свій бунтівний потенціал.

«Моління перед вітриною, прагнення до унікальності за рахунок серійного товару — це одна з головних характеристик сучасної культури споживання. Втрата автентичності стає умовою гри. Іронія — головний естетичний код. Висміювання брендів, копіювання логотипів, інверсія модних кліше — усе це стало частиною естетичного репертуару самих брендів. Вони заздалегідь “включають” іронію, передбачаючи можливу критику. Звідси бере початок специфічна форма споживчого цинізму: коли покупець чудово усвідомлює, що його поведінка нав'язана, але все одно бере в ній участь. Ніхто не вірить, що нова сумка змінить життя — але її купують. Цей цинізм — не скепсис, а радше форма гри зі знаками, де предмет перестає бути просто предметом, а стає жартом, алюзією, посиленням. Таким чином, сучасне споживання — це не про речі, а про символи речей, про ідею речі, її соціальне звучання. Споживач не обирає

функціональне чи навіть естетичне, він обирає соціальний наратив, який ця річ уособлює. І цим він перетворює товар на себе, на свій соціальний жест.» [31, с. 129]. У процесі пошуку ідентичності ми звертаємось до символічних цінностей, усвідомлюючи їхню минуцність і крижкість. Ця нестабільність породжує постійне прагнення до нового — нових речей, нових місць, нових вражень і соціальних зв'язків. У результаті індивід трансформується на затятого споживача не стільки речей, скільки досвіду, наділеного символічним змістом. Орієнтація на знакову вартість провокує постійне пришвидшення темпів культурного обігу, адже саме така логіка лежить в основі моди. Усе менше значення надається внутрішній цінності чи утилітарній функції речей — натомість їхня «тривалість» визначається швидкоплинністю модних змін. Суть моди полягає у виробленні знаків здатних викликати емоційний відгук, та водночас надзвичайно швидко втрачати свою ефективність. Ключовий механізм функціонування моди полягає у прискореному знеціненні об'єкта, що забезпечує можливість моментального переходу до нового. Таким чином, у контексті постмодерної економіки мета бізнесу полягає не в задоволенні вже наявних потреб, а у створенні нових. Сучасний споживач жагає до нових бажань, оскільки попередні втрачають емоційну насиченість. Ми стаємо залежними від досвіду, який базується на постійній емоційній стимуляції.

У зв'язку з тим, що традиційні маркетингові дослідження не здатні ідентифікувати ще не сформовані запити, компанії змушені самотійно їх генерувати — створюючи нові стимули, нові бажання, нові моделі споживання. Чим більше ми піддаємося динаміці швидкоплинних модних тенденцій, тим сильніше зростає попит на доступніші, дешевші версії товарів — що, у свою чергу, прискорює й сам цикл моди. У межах функціональності товар може зберігати довговічність і вважатися якісним виробом, проте його знакова цінність вичерпується набагато швидше, втрачаючи свою актуальність. У результаті виробникам більше не потрібно приховувати неминучість наступного оновлення — навпаки,

обіцянка нової, покращеної версії перетворюється на маркетингову перевагу. Швидкоплинність речей стає не дефектом, а привабливою властивістю товару, що повністю відповідає логіці культури постійного оновлення.

Очевидно, що такий поведінковий паттерн є деструктивним, проте саме в цьому й полягає структурна суперечність споживчого суспільства: його функціональна раціональність передбачає, що його учасники діятимуть ірраціонально. Цей механізм й забезпечує стабільність системи. Люди дедалі більше споживають, попри внутрішнє усвідомлення того, що такий процес не веде до досягнення остаточної мети чи тривалого задоволення. Основною характеристикою постмодерного суб'єкта є відмова від довгострокової перспективи. «Споживання не дає нам сенсу, якого ми шукаємо — це сурогатний сенс, не більше й не менше. Але саме на це був спрямований модерний проєкт: щоб усі ми стали споживачами на повний робочий день — і щоб саме це зробило нас щасливими. Саме такого типу суспільства ми прагнули: ми отримали споживацьке суспільство, до якого прагнули. Усі суспільства мають мрію про стан без нестачі — як-от уявлення про золоту добу в античності чи про рай у християнстві. Для сучасної західної людини таку роль виконувала ідея необмеженого споживання. Споживання заповнює екзистенційний вакуум, де могла б бути порожнеча. Нашою утопією стало суспільство споживання — суспільство, в якому ми як індивіди можемо реалізувати себе через споживання товарів. Як зазначає містер Дамбі в другому акті п'єси Оскара Вайльда “Віяло леді Віндермір”: “У цьому світі є лише дві трагедії. Одна — не отримати бажаного, а інша — отримати його. І остання — набагато гірша; остання — справжня трагедія!” Тож, можливо, є певна втіха в тому, що ми ніколи не отримаємо бажаного, якщо зробимо споживання своєю життєвою метою, адже стандарти постійно змінюються, щойно їх досягають. Фінішна пряма ніколи не наближається.» [31, с. 136].

Для розуміння функціонування моди у сучасному суспільстві ключовим є поняття ідентичності. Сьогоднішнє прагнення до самореалізації можна розглядати як одне з найвиразніших свідчень домінування індивідуалізму. Парадоксально, але культ унікальності набуває масового, а отже — конформістського характеру. У сучасному світі більше не існує єдиного колективного сенсу життя, в межах якого суб'єкт міг би автоматично здобути ідентичність через участь у спільноті. Усі переймаються самореалізацією, але мало хто замислюється над тим, яким саме має бути «я», яке треба реалізувати. «Мода, безперечно, є центральним елементом цієї ідеології естетичної самореалізації. Мода функціонувала як арена, де ми могли знайти себе або, точніше, вигадати себе. Модна індустрія взяла на себе місію врятувати нас від важкої праці самотворення як витвору мистецтва, запропонувавши натомість купити готовий “пакет” від модного дому. Як сказав Ренцо Россо з Diesel Jeans: “Ми не продаємо продукт — ми продаємо стиль життя... Концепція Diesel — це все”. Подібним чином Оскар де ла Рента зазначав: “Раніше модельєри — насправді швачки — створювали й продавали лише сукні; сьогодні ми продаємо стиль життя всьому світові”.» [31, с. 142]. Втім сучасна мода передбачає баланс між індивідуальністю та конформізмом. Людина не виглядатиме справді модною, якщо сліпо слідує тенденціям — завжди необхідна певна виняткова риса, що вирізняє її з-поміж інших. При цьому індивідуальність набуває значення лише в межах загального. Отже, щоб виглядати як індивідуальність, необхідно робити це на тлі конформізму: мода завжди є компромісом між ними двома. Якщо ж індивідуальності забагато, вона втрачає привабливість, бо перестає виконувати свою функцію унікальності — і тоді як мода вона помирає.

«Мода створила новий тип людини — “модну людину”, яка не має глибоких прив'язаностей ні до чого і ні до кого, з особистістю й смаками, що постійно змінюються. Що ж залишається від цієї людини, якщо зняти з неї модний одяг? Експертка з моди Голлі Брубек говорить, що зберігає старий одяг у своїй шафі, хоча вже ніколи не збирається його носити, “з

поваги до тих людей, якими я колись була. Вони мали добрі наміри. Кожен з них поступився місцем наступному й зник, залишивши по собі лише одяг”. Мадонну багато хто вважає яскравим прикладом пізньомодерного або постмодерного суб’єкта, який постійно перевинаходить себе через радикально нові стилі. Мода нібито є бракуючою сутністю постмодерного Я, яке запрограмоване на постійні пошуки нових версій себе, — але водночас це Я, яке ніколи не є самим собою, бо не має жодної постійності.» [31, с. 148]. Тому навіть спроба свідомо протистояти моді — наприклад, носити один і той самий тип одягу за будь-яких обставин — є нічим іншим, як грою певної ролі. Індивід, який навмисно демонструє дистанціювання від моди, діє в межах тієї самої системи, лише у формі заперечення. Він залишається частиною модної логіки, бо протистояння їй також передбачає її визнання. Справжня автономія в межах модного поля базується на рефлексивному ставленні до моди як соціальної сили — на визнанні її випадковості, мінливості та впливу, що дозволяє не механічно підкорятися її змінам, а осмислено з ними співіснувати.

Таким чином, мода стає життєвим дороговказом, оскільки вона навчає нас жити в світі, де все постійно змінюється. З такого погляду мода справді є орієнтиром для життя в тому світі, передумови якого вона сама і встановлює.

ВИСНОВКИ

Завдання полягало у дослідженні витоків, історичного розвитку та концептуального потенціалу моди на основі класичних теорій Едмунда Берка, Іммануїла Канта й Карла Розенкранца, сучасних підходів сомаестетики та естетики повсякдення, та було реалізовано завдяки опрацюванню наявних джерел присвячених філософському аналізу моди, її естетичній значущості в класичній думці та теоретичних підходах до тілесності й контексту буденності.

У результаті дослідження історико-філософської реконструкції основних засад моди, можна дійти наступних висновків: мода постає як багатовимірний естетичний феномен, який не зводиться до соціального конформізму чи візуального оздоблення, а функціонує як культурне поле, де перехрещуються уявлення про красу, тілесність, моральність і соціальність. Мода виявляє себе як простір символічної взаємодії, чуттєвого самовираження й афективного зв'язку з Іншим. У цьому контексті вона постає не просто як об'єкт естетичного сприйняття, а як чинник концептуалізації досвіду, що наближає її до статусу філософської категорії. Такий підхід підважує модерне уявлення про філософію як автономну, суто раціональну практику, демонструючи її відкритість до культурного впливу, історичної зміни та чуттєвих форм мислення.

У межах класичної естетики мода була артикульована через категорії прекрасного, піднесеного й потворного як способи афективного впливу на чуття та свідомість. Вона виявляє себе як арена, де естетичне не лише споглядається, а й переживається, трансформуючи тіло та свідомість. Модні образи можуть травмувати або приваблювати, створювати атмосферу величної відстороненості або чуттєвої близькості, а отже — формувати простори досвіду, у яких естетичне діє як сила, що структурує сприйняття світу.

Водночас сучасні інтерпретації моди в межах сомаестетики й естетики повсякдення відкривають нову перспективу її осмислення як тілесної, процесуальної, міжсуб'єктивної практики. Мода перестає бути

репрезентацією вже наявної ідентичності — вона стає дієвим інструментом її конструювання. Виявляється, що межа між «внутрішнім» і «зовнішнім» є умовною, оскільки одяг не просто виражає певну соціальну роль, а й формує її у перформативному акті вбирання, руху, побутування в тілі.

Сучасний плюралізм у моді демонструє зміну її логіки: від витіснення попередніх стилів — до принципу доповнення, від домінування одного канону — до співіснування множинних кодів. У цьому сенсі мода сама стає метафорою постмодерного мислення: динамічного, неоднозначного, відкритого до гібридизації та гри. «Твердження про те, що філософія змінюється не лише з раціональних причин, а часто й задля самої зміни, означає визнання того, що філософія також, принаймні частково, підпадає під вплив моди. Це кидає виклик прагненню модерної філософії до абсолютної раціональної самодетермінації.» [31, с. 16]. Таким чином, філософія, як і мода, функціонує не в ізоляції, а в русі, в постійному переозначенні, у напрузі між визнаним і новим, між традицією й експериментом.

Отже, резюмуючи вище виконану роботу, можна затвердити, що філософія моди виявляє не лише нові горизонти естетичного мислення, але й висвітлює саму філософію як практику, що підлягає часові, стилю, чуттєвому досвіду та культурним перетворенням. Мода більше не є антиподом філософії — вона її дзеркало.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ДЖЕРЕЛ:

1. Буцикіна Є. «Прекрасне» і «піднесене» І Канта: сучасне переосмислення в межах повсякденного досвіду міст. Українські культурологічні студії. 2024. Т. 2, №. 15. С. 13–16.
2. Кант І. Критика естетичної здатності судження. Естетика. Львів : Аверс, 2007. С. 15–212.
3. Сапега В. «Критика здатності судження» Канта в сучасних рефлексіях про майбутнє естетики. European Philosophical and Historical Discourse. 2018. Вип. 4. С. 105–111.
4. Стрехалюк А. О. До питання генези та розвитку категорії піднесеного: актуалізація проблеми. Наукові записки НаУКМА. 2011. Т. 115. С. 12–17.
5. Тульчинська М. Балачки навколо шафи: доступно та просто про моду і стиль. Харків : Відкриття, 2023. 208 с.
6. Berleant A. Art and Engagement. Philadelphia : Temple University Press, 1991.
7. Berleant A. Sensibility and Sense. The aesthetic transformation of the human world. Imprint Academic, 2010.
8. Burke E. A philosophical enquiry into the origin of our ideas of the sublime and beautiful. London : printed for R. and J. Dodsley, 1757. 185 pp.
9. Dewey J. Art as Experience. New York : Perigee, 1934.
10. Ferguson H. Watching the World Go Round: Atrium Culture and the Psychology of Shopping. Lifestyle Shopping: The Subject of Consumption. London, 1992.
11. Folkmann M. N. Design aesthetics: theoretical basics and studies in implication. Cambridge, Massachusetts : The MIT Press, 2023. 371 p.
12. Gronow J. Taste and Fashion: The Social Function of Fashion and Style. Acta Sociologica. Vol. 36, no. 2, 1993. Pp. 89–100.
13. Kant I. Anthropology from a pragmatic point of view. New York : Cambridge University Press, 2006.

14. Kant I. Critique of Judgment. Indianapolis : Hackett Publishing Company, 1987.
15. Kant I. Critique of judgement. New York : Oxford University Press. Edited by Nicholas Walker, 2007.
16. Kant I. Kritik der praktischen Vernunft. Herausgegeben von der Königlich Preußischen Akademie der Wissenschaften. Erste Abtheilung: Werke. Bd. 5. Berlin : Georg Reimer, 1913.
17. Kant I. Kritik der Urtheilskraft. Herausgegeben von der Königlich Preußischen Akademie der Wissenschaften. Erste Abtheilung: Werke. Bd. 5. Berlin : Georg Reimer, 1913.
18. Kupfer J. H. Experience as Art: Aesthetics in Everyday Life. Albany : State University of New York Press, 1983.
19. Loos A. Why a Man Should be Well-Dressed. Wien : Metro Verlag, 2011.
20. Mandoki K. Everyday Aesthetics. Prosaics, social identities and the play of culture. Aldershot : Ashgate, 2007.
21. Mandoki K. Terror and Aesthetics: Nazi Strategies for Mass Organisation. Fascism: Critical Concepts in Political Science. Vol. III, Fascism and Culture, Part 7: Fascism as the Negation or Revolution of Culture. New York : Routledge, 2003. Pp. 21–38.
22. Naukkarinen O. The aesthetics of unavoidable. Aesthetic variation in human appearance. Lahti : International Institute of Applied Aesthetics, 1998.
23. Negrin L. Aesthetics: Fashion and Aesthetics – a fraught relationship. University of Tasmania, 2012.
24. Proceedings of the European Society for Aesthetics. European Society for Aesthetics, 2018. Vol. 10. 763 p.
25. Rosenkranz K. Aesthetics of Ugliness: A Critical Edition. London : Bloomsbury Academic, 2015. 336 p.
26. Saito Y. Aesthetics of the Everyday. The Stanford Encyclopedia of Philosophy, Winter 2024 Edition. URL:

<https://plato.stanford.edu/archives/win2024/entries/aesthetics-of-everyday/>

27. Sartwell C. Aesthetics of the Everyday. Oxford Handbooks Online, 2005.
28. Shusterman R. Somaesthetics: A Disciplinary Proposal. Journal of Aesthetics and Art Criticism. 1999. № 57.
29. Shusterman R. Somaesthetics. Interaction Design Foundation, 2014.
URL: <https://www.interaction-design.org/literature/book/the-encyclopedia-of-human-computer-interaction-2nd-ed/somaesthetics>
30. Shusterman R., Marino S. Fits of Fashion: Somaesthetics of Style. London : Bloomsbury, 2016.
31. Svendsen L. Fashion: A Philosophy. London : Reaktion Books, 2006. 188 p.
32. Wilson E. Adorned in dreams: fashion and modernity. Berkeley : University of California Press, 1987.