

Существует ли гендерно-нейтральная мода? | La mode non genrée, existe-t-elle?

Auteur: Заррина Салимова, [Берн](#) , 27.10.2022.



Фото: The Nix Company, Unsplash

В последнее время все больше модных брендов выпускают коллекции одежды, не разделяя ее на мужскую и женскую. Что стоит за этой тенденцией?

|

De plus en plus de marques de mode présentent des collections de vêtements sans les distinguer entre les sexes masculins et féminins. Qu'est-ce qui se cache derrière cette

tendance?

La mode non genrée, existe-t-elle?

Если вы зайдете в любой крупный магазин одежды, то почти наверняка обнаружите, что мужские и женские вещи продаются в разных отделах и на разных этажах. С этой точки зрения онлайн-шопинг мало чем отличается от традиционного: перед тем как ознакомиться с ассортиментом большинства интернет-магазинов, пользователям сначала нужно «кликнуть» на соответствующую страницу – с мужскими или женскими коллекциями.

Гендерное разделение прочно укоренилось в розничной торговле, но в последние несколько лет ситуация начала меняться. Толчок этому дал итальянский дизайнер Алессандро Микеле, который в своей первой коллекции для Gucci вывел на подиум андрогинных моделей – длинноволосых парней и девушек в свободных брюках и шелковых блузах с бантами. Все модные критики тогда хором заговорили о начале эпохи гендерной амбивалентности и флюидности, а блюстители традиционных ценностей недовольно качали головой и закатывали глаза, оставляя комментарии в духе «куда катится мир». Мир, собственно, никуда не катился – дизайнеры просто вспомнили о временах, когда богато декорированные ткани нежных оттенков парижских миндальных пирожных макарон, банты, вышивка, кружево и прочие украшения практически в равной степени присутствовали в мужских и женских гардеробах. Мужчины «отреклись» от сарториальных изысков примерно в конце XVIII века. Этот феномен, получивший название «великий мужской отказ», считается поворотным моментом в истории костюма. С тех пор мужские попытки проникнуть на женскую модную территорию воспринимались в лучшем случае как эксцентричность, в худшем – как вопиющее нарушение общественных норм. По крайней мере, до недавнего времени.

Вслед за люксовыми брендами делать гендерно-нейтральную одежду начали и другие марки, и теперь «унисекс» одежду, косметику и аксессуары можно найти практически в любой ценовой категории. Как это часто бывает, чем активнее это понятие начали использовать маркетологи, тем быстрее оно обесценилось. Что же сейчас подразумевают под унисекс-одеждой? Неужели шелковые платья и пышные юбки из тюля, которые могут носить как мужчины, так и женщины? Разумеется, нет. В отделах «унисекс» превалируют традиционно мужские предметы гардероба: для многих брендов выпуск одинаковых для обоих полов брюк, футболок и толстовок стал просто удачным способом обойти сложные вопросы размерного ряда и правильной посадки. Учитывая интерес потребителей к этой теме, продавцы прекрасно понимают, что маркировка «унисекс», «небинарный» или «андрогинный» способствует увеличению продаж, и продвигают под этим соусом самую обычную мешковатую одежду «немарких» цветов. К гендерной флюидности это не имеет никакого отношения.

Какую же одежду можно было бы назвать по-настоящему гендерно-нейтральной? На самом деле, это имеет мало общего с брендами, дизайнерами или магазинами. Любой предмет гардероба может быть гендерно-флюидным, если его обладатель сам этого захочет и если он не считает, что юбки подразумевают женственность, а брюки – маскулинность. Ведь дело вовсе не в одежде, а в самом отношении к гендеру. Вопрос лишь в том, как его рассматривать – как шкалу и спектр или как бинарное понятие и противопоставление «м» и «ж». Простите за каламбур, но одеваться гендерно-нейтрально невозможно до тех пор, пока к самому гендеру вы не начнете

относиться нейтрально, ставя на первое место личность человека, а не его пол.

Добиться этого не так и просто, учитывая существующие в обществе стереотипы, которые дети впитывают с младенчества: супергерои и динозавры для мальчиков, много розового для девочек. Как отметила в комментарии Le Temps основательница одного бренда гендерно-нейтральной детской одежды, тех, кто осмеливается одеть своего сына в розовый цвет, который короли с гордостью носили в эпоху Возрождения, сегодня мало: родители не хотят, чтобы их мальчика принимали за девочку, боясь осуждения окружающих. Действительно, многие родители не готовы прислушиваться к желаниям ребенка, позволив ему отнестись к переодеванию как к игре. Тем не менее, каждое новое поколение, похоже, все равно намного спокойнее, чем предыдущее, относится к гендеру в общем и выбору одежды в частности. Наверное, эпоха гендерной нейтральности окончательно наступит только тогда, когда родители перестанут падать в обморок, узнав, что их сын хочет примерить розовую футболку, а дочь предпочитает носить джинсы, а не платье принцессы.

[стиль мода швейцария](#)

Статьи по теме

[Гендерный фактор в швейцарской медицине](#)

[Год борьбы с гендерной дискриминацией](#)

[Маленький шаг к устранению гендерного неравенства](#)

[Когда тренды диктует пандемия](#)

[Что такое «розовая инфляция»?](#)

[Как онлайн-магазины заставляют нас покупать больше](#)

Source URL:

<http://www.nashagazeta.ch/news/style/sushchestvuet-li-genderno-neytralnaya-moda>