

А. В. Лещинская. Психолого-педагогические условия дифференциального обучения студентов высших учебных заведений. – Статья.

Аннотация. В статье рассматривается сущность понятия «психолого-педагогические условия дифференциального образования студентов высших учебных заведений».

Целью статьи является теоретическое обоснование педагогических условий готовности студентов к дифференциальному обучению.

Показано, что дифференциация высшего образования является эффективным средством обеспечения индивидуального стиля обучения студентов, что предусматривает самостоятельный выбор метода обучения, позволяет объективно определить уровень подготовки, а также усовершенствовать знания. Суть дифференциации заключается в открытости и вариативности обучения, разнообразии методов, средств и форм организации учебной деятельности через деятельность, обеспечивает каждому студенту приобретение знаний и умений на пределе своих возможностей.

Ключевые слова: психолого-педагогические условия, дифференциальное образование, дифференциальное обучение, дифференциация.

A. Leshinska. Psychological and pedagogical conditions of differential education of students of higher education institutions. – Article.

Summary. The article deals with the essence of the concept “psychological and pedagogical conditions of differential education of students of higher education institutions”.

The purpose of the article is the theoretical substantiation of pedagogical conditions of students' readiness for differential learning.

It is shown that differentiation of higher education is an effective means of ensuring the individual learning style of students, which involves their independent choice of method of learning, allows objectively determine the level of training, as well as improve knowledge. The essence of differentiation is the openness and variability of learning, a variety of methods, tools and forms of organization of educational activities through activities that provide each student with the acquisition of knowledge and skills at the limit of its capabilities.

Key words: psychological and pedagogical conditions, differential education, differential learning, differentiation.

УДК 7.05: 687.016

Яньвень Лінь

аспірант кафедри дизайну тканин і одягу
Харківська державна академія дизайну і мистецтв
м. Харків, Україна

О. М. Лагода

доктор мистецтвознавства, доцент,
професор кафедри дизайну тканин і одягу
Харківська державна академія дизайну і мистецтв
м. Харків, Україна

ЕСТЕТИКА МАСКУЛІННОСТІ В ДИЗАЙНІ ЧОЛОВІЧОГО ОДЯГУ ЯК НАУКОВА ПРОБЛЕМАТИКА

Анотація. Автори пропонують розгляд чоловічого костюму в контексті гендерної ідентичності, яка може бути ідентифікована через категорію «маскулінність». Метою дослідження є встановлення зв'язків між образом носія костюму і константами чоловічого одягу, які у більшості асоціюються виключно з чоловічими якостями і становлять сенс маскулінності, її гендерний підтекст. У ході проведеного аналізу виявлено, що у своєму соціокультурному та історичному розвитку дизайн чоловічого вбрання та формування тенденцій чоловічої моди, її естетичних якостей ґрунтуються на характеристиках певного соціально-психологічного типу чоловіків, стилю їх життя та окремих ідеологічних засадах відповідних субкультур. Зміна типу носія зумовлює зміни у формах і крої костюма, в принципах його формоутворення, які відповідають уявленням про естетику маскулінності.

Ключові слова: дизайн-практика, носій костюма, асортимент одягу, гендерна ідентичність, маскулінність, естетика вбрання.

Сучасне суспільство вважає, що досягло гендерної рівності. Протягом ХХ ст. емансипація безжально розмивала кордони «мужності» та «жіночності», зокрема в одязі, що призвело до актуалізації цілого спектра проблем. Особливої актуальності набула змістова наповненість дихотомічних понять «маскулінність» і «фемінність», а також питання доцільності інтеграції в поведінкові та емоційні прояви людей «андрогінних якостей», які дозволяють виявляти суто чоловічі або жіночі риси представникам обох статей [7, с. 33–41]. Особливо гостро гендерна проблематика відображена у дизайн-практиках, де її крайні прояви спостерігаються вже в ХІХ столітті. Втім у межах окремих стилів одягу архетипи завжди зберігали стійкість традицій і автентичність. Так, чоловіча мода змінювалася повільно, тому вважалася «консервативною». Однак на початку ХХІ ст. спостерігаємо стрімку динаміку розвитку «нової маскулінності» та її естетики в дизайні чоловічого вбрання [11]. Вона тісно пов'язана зі змінами в образі чоловіка як носія костюму, стилю його життя та поведінки, що знайшло відображення безпосередньо в костюмі, у принципах його формоутворення та в засобах реалізації дизайн-ідей.

Мета дослідження полягає у встановленні закономірностей змін чоловічого костюма, які відповідають уявленням про естетику маскулінності, зумовлену змінами образу носія як окремого соціально-психологічного типу.

У науковому дискурсі «маскулінність» і «фемінність» є важливими категоріями, через які описуються змістові складники гендерної ідентичності людини. Вона полягає у переживанні людиною відповідності гендерним ролям – тим сукупностям суспільних норм і стереотипів поведінки, які характеризують представників певної статі в межах конкретної суспільно-історичної та соціокультурної ситуації. Гендерна ідентичність насамперед протиставляє «чоловіче» «жіночому» через соціокультурні параметри. У відповідності до них людина ідентифікує себе з гендерною групою та конструює власну ідентичність як представник чоловічої або жіночої статі [6].

Загалом, маскулінність (від лат. *masculinus* – чоловічий) є комплексом тілесних, психічних і поведінкових особливостей, що розглядаються як чоловічі [10]. Як поняття вона означає соціально сконструйовані очікування стосовно поведінки чоловіків у певній культурі чи субкультурі у певний час. Власне, сконструйовані стереотипи протягом століть визначали суто чоловічий асортимент одягу, його форми, матеріали, з яких його було виготовлено, колірну гаму, доповнення та аксесуари, їх значення [2; 4; 8]. Маскулінність і фемінність вважаються нормативними уявленнями про соматичні, психічні та поведінкові властивості, які притаманні жінкам і чоловікам. Втім, на думку І. Кона, є три значення поняття «маскулінність»:

1. Маскулінність як *дескриптивна, описова категорія* означає сукупність поведінкових і психічних рис, які об'єктивно належать тільки чоловікам.

2. Маскулінність як *аскриптивна категорія* означає один з елементів символічної культури суспільства, сукупність соціальних уявлень і установок, вірувань про те, чим є чоловік і які якості йому приписуються.

3. Маскулінність як *прескриптивна категорія* – це система настанов, які описують не середньостатистичного, а ідеального – «справжнього» чоловіка, тобто нормативний еталон. Як зазначав І. Кон, маскулінність – це те, що слід додати до анатомії чоловіка, щоб отримати чоловічу гендерну роль [5, с. 3–15].

Сучасні соціологи розрізняють такі концепції маскулінності, як *есенціалістська* та *соціально-конструктивістська*. Перша визначає маскулінність як похідну від біологічних розбіжностей між чоловіком і жінкою. В рамках есенціалістського підходу маскулінність позиціонують насамперед як сукупність фізичних якостей, моральних норм і поведінкових стереотипів, притаманних чоловікам від народження. За соціально-конструктивістським підходом маскулінність конструюється як суспільством, так і кожною окремою людиною чоловічої статі. Конструкт маскулінності, який існує у тому чи іншому суспільстві, є похідним від гендерної ідеології самого суспільства. Він сформований під впливом традиційних поглядів на чоловічу роль, стану соціокультурної ситуації, економічних реалій тощо [6].

Аналізуючи маскулінність, науковці підкреслюють її множинність, історичність і ситуативність. Множинність вказує, що в кожному суспільстві можна виділити декілька моделей маскулінності, серед яких є і домінуючі, і маргіналізовані. Домінуюча модель відображає уявлення про чоловічу гендерну роль, які поділяються більшою частиною суспільства. На основі саме цієї форми маскулінності формуються стереотипні уявлення про неї. Маргіналізовані моделі маскулінності виникають у субкультурах, які можуть об'єднувати, наприклад, соціальні або сексуальні меншини. У суспільстві вони сприймаються як неповноцінні, з різним ступенем толерантності [3].

Історичність маскулінності відображає зміни в її структурі, що зумовлені ходом історичного процесу, які викликають зміни соціальних практик, що призводить до трансформацій традиційних гендерних ролей і уявлень про них. Ситуативність маскулінності виявляється через соціокультурну залежність змін, пов'язаних

з окремими характеристиками. Наприклад, під час будь-яких конфліктних ситуацій люди схильні проявляти агресивність і войовничість, які реалізуються в мілітаризованій концепції маскулінності. Риси, які вважаються загальнотиповими для маскулінного типу особистості – для чоловіків, зазвичай протиставляють суто фемінному типу особистості – жінкам та їх загальнотиповим характеристикам. Втім межа ХХ–ХХІ ст. актуалізувала новий тип особистості – андрогінний. Зокрема, К.-Г. Юнг розглядав андрогінність як особливість людської психіки. Е. Маккобі та К. Джеклін виділили чотири психологічні відмінності між статями, розробляючи методіку досліджень маскулінності – фемінності – андрогінності. К. Макнемара довів існування у різних типів відмінностей у розвитку насамперед естетичних смаків, що може сприяти розгляду маскулінності в чоловічій моді.

Як відомо, починаючи з кінця ХІХ ст. жінки одну за одною переймали речі з чоловічого гардероба. Визначальну роль у цьому процесі відіграла Коко Шанель. Водночас самі чоловіки залишалися в обмежених можливостях для експериментів зі стилем традиційного костюма. Однак австрійський архітектор Адольф Лоос на межі ХІХ–ХХ ст. демонстрував виготовлений на замовлення чоловічий костюм і буденні речі чоловічого гардероба джентльмена як архетипи «прогресивного дизайну» [1]. Батьківщиною прогресивної чоловічої моди вважається Англія. Саме там в епоху Регентства, на початку ХІХ ст., Джордж Брамелл – денді та законодавець моди для чоловіків фактично створив чоловічий костюм з окремих елементів гардероба. Традиційний англійський чоловічий костюм «трійка» поєднав жилетку, брюки і піджак, які виготовляли з твіду і вовни натурального забарвлення. Ці матеріали зберігали тепло і надавали носію костюма благородну поставу. Незважаючи на консервативність англійців, серед чоловіків були й бунтарі-новатори, наприклад Оскар Уайльд, який любив одягати яскраві краватки і непристойно яскраві туфлі, створюючи тим самим умови для зародження індивідуального чоловічого стилю. За свою любов до епатажу він не раз засуджувався у суспільстві. Маскулінна естетика денді виділялася на тлі інших, але підкреслювала саме чоловічі характеристики.

Кінець ХІХ – початок ХХ ст. у чоловічій моді позначені тяжінням до військової форми і мілітаризованого образу носія костюму. Тривалий час у чоловічому одязі видозмінювалися лише незначні деталі, так ніби чоловіки забули, що одяг – це доступний спосіб самовираження. Естетика мілітаризованої маскулінності панувала практично до середини ХХ ст., коли в жіночу моду повернулася вишукана елегантність, розкіш і жіночність, а вимогою часу для чоловіків стала необхідність відповідати цим тенденціям.

У 1960–1970-х рр. сформувався стиль *rock'n'roll* з властивими йому атрибутами. А в 1980-х – модний світ буквально «вибухнув» від глем-року. Представники цієї течії – Девід Боуї, Гаррі Гліттер, Джоан Дженнет – внесли у повсякденний чоловічий стиль одягу блиск і незаангажованість сцени. Вулиці великих міст заповнили хлопці в яскравих сорочках вільного крою. Божевільні зачіски, яскравий колір волосся, неймовірна кількість блискучих аксесуарів перетворили чоловіків на епатажних рок-зірок. Чоловіки практично відмовилися від класичного стилю, тобто від естетики маскулінності [2; 8].

Однак у 1990-х «блискуча істерія» поступилася місцем виваженим мінімалістичним проявам. У повсякденне життя знову повернулися чоловіки у вишуканих костюмах і приталених сорочках, а колірна гама перестала бути «кислотою». Авторитетні бренди – Brioni, Tom Ford, Zegna, Dolce and Gabbana, які формували та пропагували естетику «справжньої маскулінності» з надзвичайною сексуальною привабливістю, демонстрували стриманість крою і текстур тканин у чоловічій моді. Дизайн був лаконічним, стриманим і елегантним, як у костюмі денді.

У наступному десятилітті «нова маскулінність» знову зазнала змін. Наприклад, на показах JW Anderson світ побачив чоловіків у шкіряних сукнях або мініспідницях. Marc Jacobs у своєму баченні сучасного стильного чоловіка декілька сезонів поспіль демонстрував ексклюзивну лінію чоловічих спідниць і кілтів. Втім чоловіки в них виглядали сильними й мужніми, бездоганно та елегантно вбраними. Таким чином, ключові характеристики естетики маскулінності залишалися незмінними. Сучасна чоловіча мода розвиває два основні напрями: класику і спорт, які досить часто поєднуються [9].

Ідея маскулінності у сучасному дизайні насамперед виражена в асортименті чоловічого одягу – сорочка, брюки, піджак й ін. Однак щоб бути «чоловічими», всі ці речі повинні відповідати певним формам і принципам формоутворення. Ідеальним втіленням «маскулінного формоутворення» залишається чоловічий класичний костюм, силует і крій якого підкреслюють атлетичну статуру чоловіків, її красу. Широкі плечі, вузький таз, стрункість і статичність постави асоціюються з відмінною фізичною формою, силою і здоров'ям, з упевненістю у собі, з успішністю і самодостатністю, із сексуальною привабливістю. Ці характеристики в костюмі можуть поєднуватися з елегантністю і вишуканістю або ж з брутальністю. Такі константи маскулінності, як: силует і форма, крій, тканини, колір і т. д. завжди супроводжуються певними конотаціями. Вони характеризують конкретні маскулінні образи, які склалися в історії

чоловічої моди: денді, мачо, метросексуали і т.п. У різні епохи різні чоловічі образи ставали типовими і набували значення «ідеалу». Розвиваючись і модифікуючись протягом певного часового відрізка, типові ідеальні образи перетворювалися на архетипи чоловічої моди. Константи і конотації їх формоутворення, втілення та функціонування у суспільстві, які визначаються через категорію маскулінності, вказували на той чи інший соціально-психологічний тип чоловіків. Його й визнають у конкретних історичних і соціально-культурних умовах як ідеал «мужності».

У європейській культурі протягом ХХ ст. послідовно складалася система правил для конструювання образу «справжнього чоловіка», нав'язана, в основному, рекламним дискурсом. Вона демонструвала, що візуальний образ (вигляд) змінюється не тільки за рахунок дизайну костюма, але й за рахунок стилістики окремих деталей і зовнішності самого чоловіка. Зовнішність людини і способи її стилізації були наслідком впливу різних стилів життя, які виникали і розвивалися в певних історичних, соціокультурних та економічних умовах.

Тягар повсякдення та реалій життя накладав відбиток не тільки на чоловіка як соціальний тип, але і на його зовнішність (її стилізацію), на одяг як маркер статевої, вікової, субкультурної відмінності, на стереотипи поведінки тощо.

Аналізуючи будь-який з історичних костюмів, учені обов'язково беруть до уваги людину як носія цього костюма і надають їй певних характеристик. Ці характеристики вказують на той чи інший образ носія, який міг володіти подібним костюмом і втілювати значення цього костюму, тобто певний вестиментарний код. Згідно з визначенням У. Еко, код – це модель, яка поєднує у собі низку умовних спрощень, які зроблені для забезпечення можливості передачі конкретних повідомлень. Утворені кодами повідомлення становлять процес спілкування, з якого й «народжується» мода. В процесі модної комунікації формуються і поширюються культурні зразки, яким притаманні ті чи інші значення. «Маскулінність» і є тим значенням, завдяки якому може втілюватися гендерна ідентичність. Своєю чергою костюм є матеріальним носієм ключових характеристик такого значення, що породжує стереотипи сприйняття, асоціації, зумовлені тією чи іншою гендерною ідентичністю.

Усе вищевказане окреслює закономірності, які пов'язують чоловічий костюм уявленням про естетику маскулінності щодо нього, зі змінами образу носія костюма як певного соціально-психологічного типу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Breward C. The Suit: Form, Function and Style. Reaktion Books, 2016. 256 p.
2. Chenoune F. A History of Men's Fashion. Paris, 1993.
3. Showalter E. Sexual Anarchy: Gender and Culture at the Fin-de-siècle. London, 1992.
4. История мужской моды: от XIX до начала XX века. URL: <https://afmen.online/istoriya-muzhskoy-modyi.html>.
5. Кон И. Сексуальная культура XXI в. *Педагогика*. 2003. № 4.
6. Лушпай Л. Поняття маскулінності в дослідженнях британських учених: педагогічний аспект. URL: <https://kulturolog.org.ua/publications/-p-article/345-2011-02-25-17-14-54.html>.
7. Калька Н., Гриців Н. Історичний аспект дослідження андрогінності як моделі гендерного континууму. *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ*. № 2. 2012.
8. Скуратовская М. Краткая история мужской моды XVIII – начала XX века. URL: <https://www.culture.ru/materials/184426/kratkaya-istoriya-muzhskoi-mody-xviii-nachala-xx-veka>.
9. Такие модники мужчины. URL: <http://mosa-dress.ru/blog-mosa/147-takie-modniki-muzhchiny/>.
10. Шевченко З. (уклад.). Словник гендерних термінів. URL: <http://a-z-gender.net/ua/maskulinnist.html>.
11. Що таке «нова маскулінність» і чому це круто. *VOGUE*. URL: <https://vogue.ua/ua/article/vogueman/stil/chto-takoe-novaya-maskulinnost-i-pochemu-eto-kruto.html>.

Яньвень Линь, О. М. Лагода. Эстетика маскулинности в дизайне мужской одежды как научная проблематика. – Стаття.

Аннотация. Авторы предлагают рассмотрение мужского костюма в контексте гендерной идентичности, которая может быть идентифицирована через категорию «маскулинность». Целью исследования является выявление связей между образом носителя костюма и константами мужской одежды, которые у большинства ассоциируются исключительно с мужскими качествами и составляют смысл маскулинности, ее гендерный подтекст. В ходе проведенного анализа выявлено, что в своем социокультурном и историческом развитии дизайн мужской одежды и формирование тенденций мужской моды, ее эстетических качеств основаны на характеристиках определенного социально-психологического типа мужчин, стиля их жизни и отдельных идеологических принципах соответствующих субкультур. Изменение типа носителя влияет на изменения в формах и крое костюма, на принципы его формообразования, которые соответствуют представлениям об эстетике маскулинности.

Ключевые слова: дизайн-практика, носитель костюма, ассортимент одежды, гендерная идентичность, маскулинность, эстетика одежды.

Yanven Lin, O. Lahoda. Aesthetics of masculinity in men's design clothes as scientific problems. – Article.

Summary. *The authors of the article offer a consideration of men's costume in the context of gender identity, which can be identified through the category of "masculinity". The aim of the study is to establish links between the image of the wearer of the suit and the constants of men's clothing, which are mostly associated exclusively with masculine qualities and constitute the meaning of masculinity, its gender implication. The analysis revealed that in its socio-cultural and historical development the design of men's clothing and the formation of men's fashion trends, its aesthetic qualities, are based on the characteristics of a particular socio-psychological type of men, their lifestyle and individual ideological principles of the respective subcultures. The change in the type of media causes changes in the shapes and cuts of the suit, in the principles of its formation, which correspond to the ideas of the aesthetics of masculinity.*

Key words: *design practice, costume wearer, range of clothes, gender identity, masculinity, aesthetics of clothes.*

УДК 159.923.159.98

О. А. Мірошніченко

*кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри педагогіки, професійної освіти та управління освітніми закладами
Житомирський державний університет імені Івана Франка
м. Житомир, Україна*

ВІКОВІ ВІДМІННОСТІ ПСИХОЛОГІЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ УКРАЇНСЬКИХ ЗИМІВНИКІВ У ПРОЦЕСІ АДАПТАЦІЇ ДО ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ В АНТАРКТИЦІ

Анотація. *У статті розглядаються вікові відмінності психологічних особливостей українських зимівників, досліджуваних нами протягом десяти років. Актуальність статті базується на тому, що Україна є членом організацій світових спільнот, що досліджують «Білий континент» – Антарктику, проводить наукові дослідження на Українській антарктичній станції «Академік Вернадський», тому проблема адаптації до екстремальних умов перебування в Антарктиді є вкрай важливою для наших зимівників. Проаналізовано наукові розробки вітчизняних та зарубіжних науковців, що займаються проблемою адаптації до життєдіяльності в екстремальних умовах. Уточнено поняття адаптації до життєдіяльності в екстремальних умовах; доведено, що найбільш адаптованою є середня вікова група – особи 35–45 років.*

Ключові слова: *адаптація до екстремальних умов життєдіяльності, психологічні особливості, вікові відмінності, інтра-екстраверсія, нейротизм.*

Завдяки дослідженням шкіл Б. Теплова і В. Небиліцина, Б. Ананьєва, І. Палія та їхніх учнів, В. Мерліна, Е. Климова та їхніх послідовників у сучасній психології, яка займається вивченням психологічних особливостей особистості, а саме темпераменту, виділяють низку різних проблем і напрямів їх вирішення. Одна з проблем стосується аналізу нейрофізіологічних механізмів (загальної активності, емоційності і темпу поведінкових проявів індивіда), які забезпечують адаптацію особистості до умов середовища, що змінюються. Класичні дослідження І. Павлова створили основи для вивчення типів вищої нервової діяльності, на яких ґрунтується формування темпераменту [5]. Такі прояви темпераменту ми розглядаємо як індивідуально-типологічні психологічні особливості, що забезпечують адаптаційну мінливість в екстремальних ситуаціях. Для нашого дослідження такою ситуацією є довготривале перебування на антарктичній станції, де здійснюють свою професійну діяльність українські зимівники. Також неабияку роль у процесі адаптації до екстремальних умов Антарктики відіграють і вікові відмінності працюючих в екстремальних умовах.

Мета статті – проаналізувати теоретичні підходи до вивчення проблеми дослідження адаптації до екстремальних умов життєдіяльності; емпірично перевірити роль вікових відмінностей психологічних особливостей у процесі адаптації зимівників до життєдіяльності на Українській антарктичній станції «Академік Вернадський» на прикладі 10 експедицій. Використано такі матеріали і методи дослідження: *теоретичні* – аналіз, порівняння та узагальнення наукової літератури з проблеми дослідження; *емпіричні* – опитування, спостереження, методика ЕРІ (опитувальник Айзенка).