

альность. Это также открывает пути для социального взаимодействия и обмена опытом между игроками различных культур и национальностей.

Таким образом, понимание киберспорта в качестве средства самовыражения и самореализации личности может быть полезным для развития образовательных и психологических программ, направленных на поддержку игроков и развитие их потенциала.

Источники

1. Киберспорт — это спорт будущего или развлечение? [Электронный ресурс] // Парламентская газета. — Режим доступа: <https://www.pnp.ru/economics/kibersport-eto-sport-budushhego-ili-razvlechenie.html>. — Дата доступа: 25.03.2024.

2. *Hamari, J.* What is eSports and why do people watch it? / J. Hamari, M. Sjöblom. — Finland : Helsinki, 2017. — P. 211–232.

Е. А. Гаверилюк, Д. В. Зикратьева

*Научный руководитель — кандидат философских наук А. А. Головач
БГЭУ (Минск)*

ПОНЯТИЯ «КОСМОС» И МАКИЯЖ В ПОСТМОДЕРНИЗМЕ

Тема понятия космоса и косметики в контексте постмодернизма имеет актуальное философское значение, поскольку на протяжении веков до сегодняшнего дня люди украшают себя различными способами. Цель данного исследования заключается в изучении философского аспекта понятия космоса и его отношения с косметикой и макияжем в контексте постмодернизма.

Косметика — это практически все, что можно «втирать, наливать, рассыпать или распылять, вводить или другим образом наносить на человеческое тело... для очищения, украшения, повышения привлекательности или изменения внешности» [1].

Понятие «космос» в античности означало красоту, порядок, устойчивость, уже сегодня женщины воссоздают эту красоту самостоятельно, в разных вариациях.

На протяжении тысяч лет люди раскрашивали свои тела и лица самыми разнообразными способами. Но в XXI в. мы делаем это иначе. Мы руководствуемся иными причинами, используем другие методы и средства и можем выбирать из сотен — в буквальном смысле — тенденций и стилей [2, 6].

Постмодернизм вносит свои особенности и в сферу индустрии косметики и макияжа, отражая философские и социокультурные изменения. Постмодернизм в косметике может быть интерпретирован как стремление ко всестороннему использованию различных стилей, техник и материалов без привязки к каким-либо

универсальным правилам или стандартам. Это может проявляться в выборе разнообразных текстур, оттенков, а также в подходе к маркетингу и продвижению продуктов. В нашей работе впервые заявлено рассмотрение ключевых аспектов влияния этого течения на современный макияж брендов Glossier, Fenty Beauty, RAD.

1. Glossier — этот бренд фокусируется на естественной красоте, подчеркивая индивидуальность каждой женщины и призывая к принятию себя такими, какие они есть. «Glossier, красота — это о вас. От наших формул до упаковки, от игривых оттенков до отличных средств по уходу за кожей — Glossier был создан для того, чтобы сделать красоту доступной и несложной» [3].

2. Fenty Beauty by Rihanna продвигает идею инклюзивности, предлагая широкий спектр продукции для всех оттенков кожи [4]. «Макияж существует для того, чтобы с ним можно было играть. С ним можно веселиться. Он никогда не должен ощущаться как давление, и он никогда не должен ощущаться как униформа» [4].

3. RAD. Здесь каждый может самовыражаться и экспериментировать в эмоционально комфортной творческой среде. Линейка бренда состоит из продуктов с самыми яркими и необычными цветами и текстурами, с которыми можно воплотить свои самые безумные мечты в реальность [5].

Таким образом, с философской точки зрения постмодернизм в косметике позволяет выразить и признать разнообразие человеческих индивидуальностей, отвергая универсальные идеалы красоты и открывая диалог о культурных различиях и множественности интерпретаций.

Источники

1. Is It a Cosmetic, a Drug, or Both? (Or Is It Soap?) [Electronic resource] // US Food and Drug Administration. — Mode of access: <https://www.fda.gov/cosmetics/cosmetics-laws-regulations/it-cosmetic-drug-or-both-or-it-soap>. — Date of access: 28.03.2024.

2. *Abrams, Harry N.* Face paint: the story of makeup / Harry N. Abrams. — New York : Abrams Image, an imprint of ABRAMS, 2015.

3. Glossier [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.glossier.com/pages/about>. — Date of access: 28.03.2024.

4. About Fenty Beauty [Electronic resource] // Fenty Beauty. — Mode of access: <https://fentybeauty.com/pages/about-fenty-beauty>. — Date of access: 28.03.2024.

5. RAD [Electronic resource]. — Mode of access: <https://goldapple.by/brands/rad?p=3>. — Date of access: 28.03.2024.