

Заклад вищої освіти «Український католицький університет»

Гуманітарний факультет

Кафедра культурології

Кваліфікаційна робота на тему «Політичні повідомлення в сучасних
модних колекціях Грузії та України»

Виконала: студентка 4 курсу, групи ГКУ19/Б

Галузі знань 03 Гуманітарні науки

Спеціальності 034 Культурологія

Освітньої програми “Культурологія”

Освітній ступінь Бакалавр

Голод Х. О.

Керівник _____

Нечипоренко А.

Рецензент _____

Львів 2023

АНОТАЦІЯ

У даній роботі «Політичні повідомлення у сучасних колекціях Грузії та України» розглянуто та розвинуто поняття «модної колекції» як особистої біографічної «речі» дизайнера, інструменту його концептуального висловлювання. Також продемонстровано різні шляхи, якими створення модного одягу може стати способом конструювання та репрезентації національної ідентичності та транслювати повідомлення про її загрозу. Зокрема детально проаналізовано три сучасні модні колекції дизайнерів Грузії та України, у яких переосмислюється травматичний досвід війни та загроженої ідентичності. Дослідження демонструє як травматичний досвід автора/дизайнера змінює сам характер модної колекції, де смисли переважають над комерцією та модністю.

Ключові слова: одяг, мода, модна колекція, знакова система, комунікація, політичне повідомлення, загрожена ідентичність.

This paper, «Political Messages in Contemporary Fashion Collections of Georgia and Ukraine» examines and develops the concept of a «fashion collection» as a designer's personal biographical «artifact» which serves as a tool for his conceptual statement. The text also demonstrates how the different creation of fashionable clothing can become a way of constructing and representing national identity and broadcasting messages about its threat through them. In particular, this research includes a detailed analysis of three contemporary fashion collections by Georgian and Ukrainian designers, which reflect on the influence of traumatic experiences of war and threats to their identity. The paper showcases how the traumatic experience of the author/designer transforms the very nature of the fashion collection, where meanings prevail over commercialism and trendiness.

Keywords:

clothing, fashion, fashion collection, sign system, communication, political message, threatened identity

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ І. ДЕФІНІЦІЯ ПОНЯТЬ «МОДНИЙ ОДЯГ» ТА «МОДНА КОЛЕКЦІЯ».....	7
РОЗДІЛ ІІ. ПОЛІТИЧНІ ПОВІДОМЛЕННЯ В МОДНИХ КОЛЕКЦІЯХ....	26
РОЗДІЛ ІІІ. АНАЛІЗ ПОЛІТИЧНИХ ПОВІДОМЛЕНЬ У СУЧАСНИХ КОЛЕКЦІЯХ ГРУЗІЇ ТА УКРАЇНИ.....	52
ВИСНОВКИ.....	76
ДОДАТКИ.....	79
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	89

ВСТУП

Мода - феномен міждисциплінарний, що дає можливість досліджувати різні культурні явища та процеси. На протигагу утвердженого у постмодерністському дискурсі розуміння моди як симулякру, модну колекцію можна розглядати як особисту річ автора та сировину для втілення його німих висловлювань, зокрема про загрожену національну ідентичність. Відтак, у цьому дослідженні мене насамперед цікавить контекст моди як репрезентативного майданчика для комунікації, творчого та політичного висловлення дизайнера.

Актуальність даного дослідження полягає у необхідності аналізу модної колекції як явища нагромадження значень, що здатні повідомляти про вітальну загрозу для національної ідентичності дизайнера, а також слугувати комунікативним інструментом для протидії її стирання.

Метою дослідження є порівняльний аналіз знакових модних колекцій дизайнерів Грузії та України, що «промовляють» про загрожену ідентичність двох народів.

Об'єктом дослідження виступають модні колекції як спосіб/інструмент комунікації.

Предметом дослідження є політичні повідомлення у модних сучасних колекціях грузинських та українських дизайнерів. Зокрема, я розглядаю наступні колекції: «Family and war» Vetements Весна/Літо 2019 Демни Гвасалія, «ОУМА» 2021 Поліни Веллер у співпраці з митцем Рустемом Скибіним, а також колекції Осінь/Зима 2022 Жана Гріцфельдта в рамках

Берлінського Mercedes-Benz Fashion Week. Дані колекції комунікують про вітальну загрозу для народів обох країн, України та Грузії, і об'єднані дизайнерськими рефлексіями щодо травматичності війни.

Методологія дослідження передбачає використання семіотичного та компаративного аналізу, біографічного та описового методів, які дають можливість відчитувати політичні повідомлення у модних колекціях обраних мною дизайнерів, контекстуалізувати та інтерпретувати їхні значення та смисли. Використовуючи дані методи у дослідженні, ми верифікуємо гіпотезу про те, що модні колекції відображають актуальні загрози національній ідентичності.

Дослідження складається з трьох розділів: в першому я досліджую поняття модної колекції і її історичного розвитку в контексті розвитку індустрії моди від haute couture до fast fashion. У другому - семіотичні механізми трансляції повідомлень в культурі через одяг та модні колекції, а також подаю типологізацію політичних повідомлень, методи і засоби трансляції, їхній зв'язок з ідентичністю. Останній третій розділ містить аналіз колекцій дизайнерів.

У роботі використані основні джерела з історії та теорії моди (Daniel James Cole, Nancy Deihl «The History of Modern Fashion From 1850»; Elinor & Colin Renfrew «Developing a Collection. Basics Fashion Design»; Valerie Steele «The Berg Companion to Fashion», Ларс Свендсен «Філософія моди»), семіотичної теорії комунікації (John Fiske «Introduction to Communication Studies», Malcolm Barnard «Fashion As Communication»), постмодерної теорії (Жан Бодріяр «Символічний обмін і смерть», Ролан Барт «Система моди») і теорій загроженої ідентичності (Glynis Breakwell «Coping with Threatened Identities»), а також матеріали колекцій та модних видань.

РОЗДІЛ І. ДЕФІНІЦІЯ ПОНЯТЬ «МОДНИЙ ОДЯГ» ТА «МОДНА КОЛЕКЦІЯ»

Тім Едварс нарікає моду скринькою пандори з різноманітними значеннями, які «як не намагайся – ніколи більше не втримати»¹. Відтак, протягом останнього століття явище моди видозмінювалось і постало предметом дослідження вчених з чисельних дисциплін, і у підсумку мода набула міждисциплінарного характеру. Дослідження феномена, дискурсу, історії чи індустрії моди завжди базуються на аналізі одягу/костюма/вбрання і використовують історичні, етнографічні, соціологічні та семіотичні підходи. Сьюзан Дж.Вінсент, Енн Голландер та інші історики моди використовували історичний підхід задля аналізу хронології розвитку моди, де у фокусі знаходиться костюм: його еволюція, особливості дизайну деталей на ньому і набуття костюмом функцій та значень, а також взаємодії з тілом та мистецтвом. Етнічні та національні особливості одягу або костюму як образно-художня система елементів одягу, взуття, аксесуарів, зачіски, макіяжу, парфумів, окрім історії також досліджує етнографія та антропологія. Костюм пов'язаний з історичним контекстом, етнічними традиціями, соціальними статусами, смаком, самовираженням, гендерними ролями, естетичною системою координат. Костюм маркує різноманітні соціальні зміни, процеси і зв'язки, тому знаходиться у фокусі уваги соціологів. Основоположними є концепції Зіммеля про дуальність моди, що полягає у протиріччі тяготіння індивіда до соціального наслідування та прагнення до диференціації.² Торстейн Веблен у розрізі класового характеру моди запропонував концепцію престижного споживання, що формує символ статусу й допомагає

¹ Edwards, T. (2010) Fashion In Focus. 1st edn. Taylor and Francis.[Електронний ресурс.] - Режим доступу <https://www.perlego.com/book/1607145/fashion-in-focus-concepts-practices-and-politics-pdf> ст. 1

² Георг Зиммель. Избранное. Том 2. Созерцание жизни — М.: Юрист, 1996.— ст. 268

індивіду зайняти відповідне місце у соціальній структурі суспільства.³ А Олександр Гофман вважав, що загальна концепція моди є функціональною, і саме через виконання тих чи інших соціальних функцій ми розуміємо сутність моди як такої.⁴ До основних соціальних функцій моди він відносив наступні: інноваційну, комунікативну, функцію створення і підтримки одноманітності й різноманітності в культурних зразках, функцію соціальної диференціації і нівелювання, функцію соціалізації і престижу, функцію психофізіологічної розрядки. Отже, одяг у його відношенні до людського тіла, зовнішнього вигляду людини, візуального невербального значення виконує одну з фундаментальних функцій культури - комунікаційну.

Предметом мого дослідження є політичні повідомлення в модних колекціях, відтак у цьому розділі я працюватиму з поняттям саме модної колекції, щоб в подальшому виявити як саме вона може виконувати комунікативну функцію моди. Крім того, важливо виокремити та дати дефініцію поняття «модний одяг», з якого й складається колекція.

Одяг це найбільш загальне/сукупне поняття, пов'язане із зовнішнім оформленням тіла людини. Це усі види покривів з різноманітних матеріалів, призначених для моделювання та носіння на тілі. Зокрема, одяг виступає як захисний елемент, що призначений для захисту людського тіла від зовнішніх впливів, зазвичай не містить явних модних ознак і належить до категорії матеріальності. У той час як модний одяг є продуктом складного культурного явища - моди, і має наступні основні ознаки: змінність з часом, мінливість, зв'язок із актуальністю, відображення соціокультурного контексту та вираження ідентичностей. Французький

³ Веблен Т. Теория праздного класса / Т. Веблен; перевод с англ. - М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2011 – ст. 48

⁴ Гофман А. Мода и люди: новая теория моды и модного поведения.-3-е изд.—СПб.: Питер, 2004.—С.

філософ і теоретик семиотики Ролан Барт у своїй роботі «Система моди» відзначив, що деталі модного одягу наділені інформаційно-знаковою функцією, яка належить до смислового поля.⁵ Окрім цього, модний одяг має особливий дизайн й відповідає певній тенденції чи стилю, що робить його ще одним інструментом для комунікації, зокрема цінностей, сенсів, дискурсів та наративів. У зв'язку з цим, дослідження буде присвячено саме аналізу модного одягу у контексті колекцій подіумної моди як інструменту для комунікації питань ідентичності.

Поява швейної машинки у ХІХ стала революційною подією і відзначилась впливом на мануфактуру та розвиток дизайнерської системи як основи для формування моди як великої індустрії.⁶ Подіумна мода історично існує у трьох форматах - haute couture, prêt-à-porter та Fast Fashion. Які відрізняються в основному способом виробництва, поширенням і якістю виробу. Розглянемо уважніше ці три формати.

1. Haute couture

Чарльз Фредерік Ворт, французький модельєр англійського походження, стоїть за витокami подіумної моди у форматі високої моди - haute couture. «До Ворта не існувало уявлення про те, що сукня є справою її творця»⁷. Саме він перетворив кравця з ремісника на художника, що у модному світі став відомий як «кютюр'є». У 1850-ті Ворт запропонував новий підхід до виробництва одягу: не тільки проектувати, але й виражати своє творче бачення у його створенні, це стало переходом від кустарного виробництва до нового модного процесу, в якому з'явився суб'єкт творчості - дизайнер, з власним смаком та баченням процесу, і який виражає це у моделюванні

⁵ Барт Р. Система Моди. Статті по семиотике культуры.-М., 2003.– ст. 23

⁶ D.J. Cole, N. Deihl, The History of Modern Fashion From 1850, Laurence King Publishing Ltd, London, 2015. - ст. 10

⁷ [Електронний ресурс.] - Режим доступу <https://echelon.com.hk/how-haute-couture-came-to-be/>

одягу, а потім пропонує його клієнтам⁸. Видозмінилась також й ієрархія взаємин кутюр'є та клієнтів, які поступово стали залежні від його впливу та рекомендацій.⁹ Окрім того, Ворт ввів поняття колекцій та сезонів, створив модні протопокази з парадами манекенниць, запропонував одну модель одягу у різних розмірах й кольорах та першим використав ярлик на одязі, на якому було виткано його ім'я¹⁰. Відтак саме Ворту пов'язують з походження модної колекції - одягу з лейблом.

Haute Couture — вважається найдовершенішою формою мистецтва пошиву і представляє модні вбрання найвищої якості, виконані повністю вручну в єдиному екземплярі на замовлення для приватних клієнтів.¹¹ Усі вимоги, яким має відповідати модний одяг Haute Couture, були зафіксовані інституційно шляхом створення у 1868 *Chambre Syndicale de la Couture, des Confectionneurs et des Tailleurs pour Dame* [Торгова асоціація кутюр, виробників одягу та кравців для жінок], згодом *Chambre Syndicale de la Haute Couture*¹². Це професійна асоціація французьких будинків високої моди, яка представляє інтереси своїх членів та регулює їх діяльність. *Chambre Syndicale* утвердила Париж як світову столицю моди і відіграла вирішальну роль у формуванні французької індустрії моди, адже забезпечувала розробку стандартів для бізнесу haute couture, контроль якості одягу от кутюр, захист авторських прав та боротьбу з плагіатом.¹³

⁸ 100 років світової моди [Електронний ресурс.] - Режим доступу: <https://wisecow.com.ua/moda/100-years-worldwide-fashion/>

⁹ Marketplace icon: the fashion show, *Consumption Markets & Culture* [Електронний ресурс.] - Режим доступу: https://www.academia.edu/41347065/Marketplace_icon_the_fashion_show

¹⁰ Steele, V. (2015) *The Berg Companion to Fashion*. 1st edn. Bloomsbury Publishing. [Електронний ресурс.] - Режим доступу: <https://www.perlego.com/book/2035688/the-berg-companion-to-fashion-pdf>.

¹¹ The Story of Haute Couture [Електронний ресурс.] - Режим доступу: <https://theculturetrip.com/europe/france/paris/articles/a-brief-history-of-haute-couture-in-paris/>

¹² The History and Significance of Haute Couture [Електронний ресурс.] - Режим доступу: <https://www.lofficielusa.com/fashion/history-of-haute-couture-2019>

¹³ Steele, V. (2015) *The Berg Companion to Fashion*. 1st edn. Bloomsbury Publishing. [Електронний ресурс.] <https://www.perlego.com/book/2035688/the-berg-companion-to-fashion-pdf> ст 393

2. Pret-a-porter

У середині ХХ століття виникла нова концепція створення пошиття модного одягу - prêt-à-porter або ready-to-wear. Дані витвори характеризуються створенням колекцій готового одягу у великих кількостях стандартизованих розмірів середнього цінового сегменту.¹⁴ Розробкою такого модного одягу можуть займатися як дизайнери провідних модних будинків, так і незалежні модельєри по всьому світу. Prêt-à-porter виник з розвитком промислової революції, а також як реакція на повоєнну кризу Другої світової війни, коли елітарне ексклюзивне вбрання Haute Couture видавалось затратним і економічно не вигідним, а масове суспільство вимагало «моди для всіх».¹⁵ Чимало модних будинків почали співпрацювати з промисловими підприємствами та відкривати свої лінійки готового одягу за доступними цінами, створені на основі їхніх колекцій от кутюр, для більш широкої аудиторії, тим самим зробивши модну індустрію більш демократичною.

Варто зазначити, що за таке рішення деякі модні салони були виключені з Chambre Syndicale,¹⁶ проте до кінця 60-х чи не кожен модний будинок випускав свою лінію готового одягу. Окрім того, ready-to-wear був схильним до імплементації модних тенденцій вуличної молодіжної культури, у той час як вбрання от кутюр традиційно тяжіло до класики. Важливу роль в просуванні і популяризації нової системи моди відіграв розвиток інформаційної сфери, а саме – радіо та телебачення. Відтак, кутюр'є-художник, що створював високе мистецтво пошиву, перетворився

¹⁴ Developing a Fashion Collection [Електронний ресурс.] - Режим доступу:

https://www.academia.edu/16662532/Basics_Fashion_Design_04_Developing_A_Collection ст. 83

¹⁵ White, Nicola; Griffiths, Ian (Ed.) The Fashion Business. Theory, Practice, Image Oxford (Berg) 2000. - ст.8

¹⁶ Pierre Cardin, the Groundbreaking French Fashion Designer [Електронний ресурс.] - Режим доступу:
<https://www.vogue.com/article/pierre-cardin-obituary>

на модельєра, з комерційним мисленням, однак, одна річ залишилась незмінною - наявність етикетки - маркера-ідентифікатора модного будинку чи знаменитого дизайнера. Ів Сен-Лоран вважається революціонером даного сегменту, адже став першим дизайнером, який у 1960-ті роки здійснив революційний перехід від класичного створення колекцій haute couture до prêt-à-porter, а також запровадив поняття капсульних колекцій та люксових брендів.¹⁷

3. Fast fashion

Швидка або одноразова мода виникла в 1990-х роках як реакція на зростаючу глобалізацію, зміни в індустрії моди та споживацький попит на модні речі за доступною ціною. Це відносно нова концепція в індустрії, що характеризується нерівномірним розподілом капіталу та ресурсів, швидким виробництвом і споживанням недорогого, менш якісного одягу, орієнтованого на швидку штучну зміну трендів. У її основі закладений маркетинговий принцип «Сьогодні тут, завтра зникне»¹⁸- пришвидшене продукування менших за обсягами колекцій одягу, які є ні чим іншим, як «демістифікацією» модного процесу, тобто прямою імітацією відомих люксових брендів для втамування жаги «миттєвого задоволення» покупців середнього класу.¹⁹

Швидка мода є бізнес продуктом роздрібних торговців, які володіють транснаціональними корпораціями, зокрема найвідоміші з них: Zara, H&M, Primark. У штаті цих компаній працюють чимало дизайнерських команд, а також маркетологів, які допомагають просувати модні речі серед своїх цільових аудиторів, найчастіше використовуючи цифрові майданчики

¹⁷ White, Nicola; Griffiths, Ian (Ed.) The Fashion Business. Theory, Practice, Image Oxford (Berg) 2000. - ст.11

¹⁸ Fast fashion: Response to changes in the fashion industry [Електронний ресурс.] - Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/232964904_Fast_fashion_Response_to_changes_in_the_fashion_industry

¹⁹ там само

та інструменти таргету. Проте, варто відзначити і шквал критики даного сегменту модної індустрії через наслідки такого пришвидшеного продукування її товарів. Зокрема: поширення культури споживацтва, експлуатація людської праці в Третіх країнах світу, забруднення довкілля та споживацтва природних ресурсів.

Як ми бачимо – зміни форматів подіумної моди відповідають глобальним та цивілізаційним змінам у суспільстві. Усі три формати співіснують сьогодні і їх об'єднує поняття «модна колекція». За визначенням це згрупування асортименту одягу, аксесуарів та інших модних речей, що були розроблені та створені кутюр'є, модельєром або модним будинком для конкретного сезону чи події.

Колекції Haute Couture у наш час створюються для вкрай обмеженої аудиторії, переважно для відомих діячів чи знаменитостей з нагоди відвідування почесних світських заходів, зокрема, кінопремій вручення Оскару чи Золотого глобусу, тощо. Найпопулярніший сегментом індустрії моди залишається пошив prêt-à-porter.

Колекції prêt-à-porter демонструються двічі на рік (в березні та жовтні) в рамках Тижнів моди і поділяються на кілька типів міжсезонних колекцій: **pre-fall** («попередньо для осені») - презентація майбутньої осінньо-зимової колекції й демократичніший базовий варіант дизайнерського одягу. **Cruise** (круїзна) - презентація майбутньої колекції весна-літо, в основу якої входять переважно літні речі: купальники, коктейльні і вечірні плаття, спортивні комплекти та інше. **Capsule collection** - відзначається колаборацією модного бренду з відомою особою, є

лімітованою і відзначається невеликою кількістю модних продуктів (всього 10-13 одиниць), які бездоганно поєднуються між собою.²⁰

Процес створення модних колекції швидкої моди відмінний від звичних колекції, у його основі полягає метод швидкого реагування у виявленні популярних, багатообіцяючих тенденції, які представлені на модних подіумах, та використання database даних у реальному часі, щоб зрозуміти потреби та бажання споживачів²¹. Етап моделювання дизайнерських ескізів включає спрощену адаптацію популярних моделей впізнаваних брендів, до нового сегменту ринку. Виробництво таких колекцій також характеризується високоавтоматизованим, економнішим і пришвидшеним характером. Відтак, життєвий цикл колекцій швидкої моди є значно коротший, а самі колекції мають більше модних сезонів і змогу постачатись на ринок за лічені тижні.²²

Сьогодні колекція зазвичай представлена приблизно з 20-60 образів²³, які складаються з таких елементів як верх (футболки, блузи, светри, піджаки і пальта), низ (спідниці, штани), сукні та аксесуари. Кожен елемент має свою унікальну стилістику та дизайн, проте усі вони гармонійно поєднуються між собою та створюють певну концепцію, що відображає загальну ідею/тему, вибрану палітру кольорів та естетику.²⁴ Колекція є «відображенням творчого бачення дизайнера, а також відповіддю на поточні тенденції моди та споживчий попит»²⁵, дзеркалом

²⁰ Види модных коллекций [Електронний ресурс.] - Режим доступу:https://dzen.ru/media/njbaudey/vidy-modnyh-kollekcii-5abd59f2c3321bd8d89a03f9?utm_referer=www.google.com

²¹ Fast fashion: Response to changes in the fashion industry [Електронний ресурс.] - Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/232964904_Fast_fashion_Response_to_changes_in_the_fashion_industry - ст. 168

²² Fast fashion: Response to changes in the fashion industry [Електронний ресурс.] - Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/232964904_Fast_fashion_Response_to_changes_in_the_fashion_industry - ст. 166

²³ Developing a Fashion Collection [Електронний ресурс.] - Режим доступу: https://www.academia.edu/16662532/Basics_Fashion_Design_04_Developing_A_Collection ст 38-50.

²⁴ Lefebvre, F. and McAssey, J. (2019). Fashion Design Handbook. London: Thames & Hudson

²⁵ Stasinska, B. (2019). Fashion Collection Concept. Textiles & Clothing Sustainability, 5(1), 1-13.

культурних та соціальних впливів. Колекції розробляються для різних ринків з урахуванням цільової аудиторії, в різних розмірах і цінових категоріях²⁶. Репрезентуються у різний спосіб: від презентацій на подіумі до веб-сторінок в інтернеті²⁷.

У своїй дисертації «Uncovering fashion design method practice: The Influence of Body, Time and Collection» професор У. Ребільд демонструє порівняльний огляд підходів до проектування дизайну, що їх у різні часи було запропоновано Hanks, Belliston, & Edwards, 1977; Koberg & Bagnall, 1981). У підсумку Ребільд пропонує наступну модель послідовних етапів: 1) ідентифікація проблеми, 2) попередні ідеї, 3) доопрацювання дизайну, 4) розробка прототипу, 5) оцінювання, 6) реалізація.²⁸ Проте, дослідниця посилається на твердження Л. Халенеса, що модному дизайну притаманно орієнтуватися не так на пошуку й вирішенню проблеми, як на введенні категорії відмінності (між іншими колекціями та між елементами в самій колекції)²⁹. Завданням модних колекцій є не тільки демонстрація актуальних трендів, а й привнесення новизни. На основі результатів інтерв'ю з дизайнерами з індустрії моди, Еліно́р і Колін Ренфрью у своєму дослідженні-гіді «Basics Fashion Design: Developing a Collection» вирізняють такі обов'язкові й спільні для дизайнерів різних рівнів етапи створення модної колекції: дослідження, розробка, редагування та презентація.³⁰

Поняття кількості моделей в одній модній колекції не є сталим. Вона відрізняється в залежності від задуму дизайнера, обсягу проекту, сезону,

²⁶ Lefebvre, F. and McAssey, J. (2019). Fashion Design Handbook. London: Thames & Hudson.

²⁷ Developing a Fashion Collection [Електронний ресурс.] - Режим доступу: https://www.academia.edu/16662532/Basics_Fashion_Design_04_Developing_A_Collection ст. 10-11

²⁸ UNCOVERING FASHION DESIGN METHOD PRACTICE [Електронний ресурс.] - Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/291312544_Uncovering_Fashion_Design_Method_Practice_-_the_influence_of_body_time_and_collection ст.24

²⁹там само ст.34

³⁰Developing a Fashion Collection [Електронний ресурс.] - Режим доступу: ст 91

лінії та наявності фінансування. Кількість може коливатися від 10 до понад 150 образів. Дослідники, Л. Сков, Е. Скійольд, Б. Моеран, Ф. Ларсен і Ф. Чаба, зазначають, що «класична колекція haute couture складалася з понад 150 екземплярів сукні, хоча сьогодні їх значно менше; демонстрація готового одягу часто складається з приблизно 50 комплектів, які включає приблизно з 120 предметів»³¹. У свою чергу, на подіумі може презентуватися не вся колекція, а її відібраний відсоток (10–15% від усіх образів), частина з цих образів можуть окремо моделюватись як хедлайнери, що створюють відчуття шоу і привертають найбільшу увагу глядачів.³² Варто зазначити, що над однією колекцією можуть працювати кілька дизайнерів чи навіть дизайнерська команда, а певні елементи можуть бути розроблені у співпраці чи замовлені у дизайнерів інших брендів, проте вони повинні відповідати загальній концепції даної колекції. Також деякі дизайнери у прогнозуванні діапазону колекції керуються принципом асортиментної сітки, як загальним уявленням скільки у відсотковому співвідношенні потрібно розробити елементів «наприклад, 70 відсотків суконь, десять відсотків пальто, десять відсотків спідниць і десять відсотків топів»³³.

Репрезентація модної колекції

Презентація модної колекції відіграє важливу роль для її майбутньої реалізації, адже виступає посередником між її виробництвом і споживанням.³⁴ Відтак, для демонстрації модного одягу використовуються різні канали комунікації: модні покази, рекламні кампанії, фотосесії, соціальні медіа, журнали моди та інші медіа-формати.

³¹ The Fashion Show as an Art Form [Електронний ресурс.] - Режим доступу: ст 13

³² Developing a Fashion Collection [Електронний ресурс.] - Режим доступу: ст 42-43

³³: ст 38-39

³⁴ The Fashion Show as an Art Form [Електронний ресурс.] - Режим доступу

https://research-api.cbs.dk/ws/portalfiles/portal/58953430/Creative_Encounters_Working_Papers_32.pdf ст. 4

Модні покази вважаються традиційний і найбільш поширений способом демонстрації модної колекції, що з'явилися ще в другій половині дев'ятнадцятого століття. Л. Сков, Е. Скійольд, Б. Моеран, Ф. Ларсен і Ф. Чаба у статті «The Fashion Show as an Art Form» визначають модний показ як «ритуальну інсценізацію новизни»³⁵ та «представлення публіці нової колекції на рухомих тілах»³⁶, що відзначається чітко спланованою й прописаною структурою, відбувається в обмеженому в доступі ієрархічному ефемерному просторі й використовує спеціальні пристрої обрамлення, які відрізняють показ мод від будь-якої іншої взаємодії одягнених тіл. Публічна презентація колекції триває зазвичай 15-20 хвилин і відбувається приблизно за півроку до її офіційного виставлення на споживчий ринок. Для координації демонстрації нових колекцій індустрія моди використовує спеціальний інституціоналізований інструмент - модний календар.³⁷ Цільова аудиторія цих дійств складається з представників модної індустрії та преси.

Водночас, дослідники також наголошують, що сучасні модні покази є не тільки засобом просування заради комерції та збуту, але й водночас вони виступають як соціальна та ритуальна подія.³⁸ Зокрема, чимало дослідників пов'язували модний показ також з театром та перформансом. Перші колекції Ф. Ворт демонстрував у власному модному будинку за допомогою молодих жінок-манекенниць перед зацікавленими клієнтами, які після побаченого формували свої замовлення. Проте, саме англійка, леді Дафф Гордон, більш відома як Люсіль, заклала початок концепції того, що зараз називається модний показ. Вона першою запозичила елементи сценічного мистецтва й імплементувала у процес демонстрації

³⁵ там само ст. 6

³⁶ там само ст. 2

³⁷ The Fashion Show as an Art Form [Електронний ресурс.] - Режим доступу https://research-api.cbs.dk/ws/portalfiles/portal/58953430/Creative_Encounters_Working_Papers_32.pdf ст. 3

³⁸ там само ст. 15

модного одягу.³⁹ Відтак нова формула презентації модного одягу містила в собі театральні концепти дефіле манекенниць на сцені, спеціальне освітлення та музику, використання декорацій й аксесуарів. Манекенниці не могли розмовляти чи посміхатися, але повинні були приймати драматичні пози.⁴⁰ Отож, модний показ імплементував у свої практики чимало сценічних елементів театру, зокрема: принцип живої вистави на сцені зі створеним дизайнером сюжетом перед аудиторією; елементи драматизму, що підсилюються за допомогою технічних рішень та обрамлень (музики, освітлення, декорацій та макіяжу), і звісно використання одягу як костюму.

Дж. Багг пише, що згодом «театр був замінений на перформанс»⁴¹, який охоплює ширше поле різноманітних жанрів: музичні відео, фільми, живі виступи, оперу, сучасний танець, вуличні вистави, пантоміму та роботу на певному місці⁴². У 1990-х роках перформанс постав визначним інструментом комунікації про символічні значення, закладені дизайнером, і підсиленням естетичної концепції колекції.⁴³ Дослідниця характеризує концептуальну моду і перформанс через спільну ознаку тимчасовості й функціонування на міждисциплінарній території. Все більше занурюючись в нові контексти, обоє використовують одягнене тіло (концептуальний модний одяг і костюм) як з каталізатор та місце, через яке створюється й передається сенс і наративи. Відповідно, вона робить висновок, що цей зв'язок є новою формою комунікації в сучасній моді, яка є можливою через спільне розуміння тіла, отримане на основі пережитого досвіду⁴⁴

³⁹Marketplace icon: the fashion show, Consumption Markets & Culture [Електронний ресурс.] - Режим доступу: https://www.academia.edu/41347065/Marketplace_icon_the_fashion_show

⁴⁰Caroline Evans (2001)The-Enchanted-Spectacle, Fashion Theory, 5:3 - ст. 273

⁴¹ The clothed body in fashion and performance [Електронний ресурс.] - Режим доступу: https://mpu.rs/zbornik/pdf/zbornik_7/8.pdf ст 2

⁴² там само ст.3

⁴³ там само ст.2

⁴⁴ там само ст.1

У свою чергу, П. Егрі пояснює, що модні перформанси наділені нарративними техніками, оскільки дизайнер розповідає історію через одяг, який працює не як простий театральний декоративним костюм, а як складна смислова система, зокрема наповнена політичними характеристиками і посланнями.⁴⁵ Натомість Р. Фіндлі використовує твердження Н. Фейр про характер симбіозу моди та перформансу як капіталістичних відносин: «На перший погляд, більшість модних показів [...] — це навмисно перевернутий театр; комерційно орієнтований перформанс, де квитки безкоштовні, але майже все на сцені продається».⁴⁶ Р. Фіндлі пояснює це схожістю моди та перформансу з тим, що обоє «мають бути поверхневими, а їх значення локалізовані та розігруються на їх привабливих поверхнях. Обидва створені, щоб привертати увагу, зокрема до почуттів; і обидва неоднозначні, припускаючи множинність значень та асоціації в умах тих, хто їх сприймає»⁴⁷.

Вкрай важливою є теза Л. Сков, Е. Скійольд, Б. Моеран, Ф. Ларсен і Ф. Чаба про модне дефіле як єдиний можливий інструмент повноцінного перетворення дизайнера на художника, адже у такому випадку він може найповніше розкривати потенціал власних концепцій⁴⁸. Г. Старк пояснює важливість модного показу для дизайнера як чи не єдиної можливості «поговорити про колекцію і її значення»⁴⁹. «Ми не бачимо дизайни одягу окремо, ми бачимо виконання, яке передає філософію дизайнера»⁵⁰.

⁴⁵Fashion performances: Artistic events or experience-based communication tools between Fashion Industry and Market? [Електронний ресурс.] - Режим доступу: <http://www.irisro.org/economics2020january/EgriPetra.pdf> ст.1

⁴⁶ "Things to be seen": Spectacle and the performance of brand in contemporary fashion shows. About Performance [Електронний ресурс.] - Режим доступу ст.1

⁴⁷ там само ст.1

⁴⁸ The Fashion Show as an Art Form [Електронний ресурс.] - Режим доступу https://research-api.cbs.dk/ws/portalfiles/portal/58953430/Creative_Encounters_Working_Papers_32.pdf ст. 3

⁴⁹The Fashion Show: History, theory and practice [Електронний ресурс.] - Режим доступу https://books.google.es/books?hl=uk&lr=&id=N9LsDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA42&dq=showing+fashion+collections&ots=5pFnBXUKZz&sig=6vINRmzLqCqOYIAYXn6guSW_9Qw&redir_esc=y#v=onepage&q=showing%20fashion%20collections&f=false

⁵⁰ там само ст.

Технологічний прогрес ХІХ сприяв утворенню міцних зв'язків промисловості, мистецтва та моди, відтак останні вийшли за рамки приватного простору в публічне поле і характеризувалася як творчою, так і комерційною компонентами.⁵¹ Активно заграючи з мистецтвом, мода знаходила нове джерело стилю та забезпечувала собі ширшу популяризацію. Різноманітні художні стилі швидко почали знаходити місце на модному одязі як на художньому полотні, не зобов'язуючись до точного правдивого «перекладу» своїх референсів, радше фільтруючи його «через ліберальну лінзу сьогодення, постійно оновлюючи і таким чином переписуючи»⁵². В. Стіл пояснює процес переходу мистецтва з полотна на тканину модного вбрання у кілька способів: «(1) митець стає модельєром (а не костюмером), прикладом слугує чоловічий одяг Джакомо Балла 1914 року, який цитує його власні картини; (2) дизайнер наймає художників для оздоблення одягу, (3) мода передає сучасний-комодифікований стиль на вбрання. (4) презентація колекції стає мистецько-історичною картиною *vivant*, як-от подіум Вів'єн Вествуд 1994 року, який цитував роботи Франца-Ксавера Вінтерхальтера та інших художників Другої імперії; (5) відображення моди в журналі чи інших рекламних засобах вставляє дизайн у мистецьке середовище, як у фотографіях Карла Лагерфельда 1997 року, які навмисно копіюють мотиви Баухаузу».⁵³ У свою чергу, Л. Сков, Е. Скійольд, Б. Моеран, Ф. Ларсен і Ф. Чаба описують співпрацю художників та кутюр'є у 1910-х роках як таку, що розмивала межі між мистецтвом та моди. Ельза Скіапареллі відома як перша дизайнерка, що запровадила концептуальні колабораційні проекти з сучасними митцями. Відтак її найвідоміший тандем з Сальвадором Далі породив чимало екстравагантних модних образів, у тому числі так звані сюрреалістичні

⁵¹ Steele, V. (2015) *The Berg Companion to Fashion*. 1st edn. Bloomsbury Publishing. Available at: <https://www.perlego.com/book/2035688/the-berg-companion-to-fashion-pdf> стр 30

⁵² там само 31

⁵³ Steele, V. (2015) *The Berg Companion to Fashion*. 1st edn. Bloomsbury Publishing. Available at: <https://www.perlego.com/book/2035688/the-berg-companion-to-fashion-pdf> стр 31

костюми в межах декількох колекцій. Зокрема, натхненна концепцією Далі «Місто шухляд» (представлено в скульптурі «Венера Мілоська з шухлядами» та на картині «Етюд для антропоморфа з кабінетом») Скіапареллі запросила Далі попрацювати над розробкою і оздобленням «Настільного костюму». У підсумку вони створили відомий жакет-пальто з кишнями-висувними ящиками з пластиковими ручками, що є алюзією на твори художника.⁵⁴ У колекції «Мондріан» осінь-зима 1965 Ів Сен-Лоран майстерно інтерпретував декоративні мотиви малювання голландського художника Піта Мондріана з використанням сучасних технологій, перетворивши жіноче тіло на естетичну концепцію. Завдяки унікальній системі розробки швів Сен-Лоран зумів передати неопластичні двовимірні малюнки на сукні, зберігаючи ідеальні прямі лінії квадратів на жіночих вигинах навіть при русі.⁵⁵ Вів'єн Вествуд привнесла на модний подіум вуличну культуру й створила унікальний текстиль для колекції «Відьми», надихнувшись неоієрогліфічними малюнками нью-йоркського вуличного художником Кіта Харінга у брудному міському метро.⁵⁶ Японська дизайнерка Рей Кавакубо своїми асиметричними недосконалими силуетами модного одягу не тільки кинула виклик індустрії моди, а й стала відомою як авторка запозичень практик концептуальної скульптури.⁵⁷

Коли ми говоримо про модну колекцію, не можемо оминути питання її репрезентації у музеях та галереях. М. Мельхіор вказує, що мода в музеях – це явище ХХ століття і класифікує його у три періоди: перший - напередодні Другої світової війни, де у фокусі була саме музеєлогія одягу,

⁵⁴ Cutler, EP. and Tomasello, J. (2015) Art + Fashion. Chronicle Books LLC. [Електронний ресурс.] - Режим доступу <https://www.perlego.com/book/1092564/art-fashion-collaborations-and-connections-between-icons-pdf>

⁵⁵ Cutler, EP. and Tomasello, J. (2015) Art + Fashion. [edition unavailable]. Chronicle Books LLC.

[Електронний ресурс.] - Режим доступу

<https://www.perlego.com/book/1092564/art-fashion-collaborations-and-connections-between-icons-pdf>

⁵⁶ Cutler, EP. and Tomasello, J. (2015) Art + Fashion. [edition unavailable]. Chronicle Books

LLC.[Електронний ресурс.] - Режим доступу

<https://www.perlego.com/book/1092564/art-fashion-collaborations-and-connections-between-icons-pdf>

⁵⁷ Recognizing the Parallels Between Fashion and Art: [Електронний ресурс.] - Режим доступу

https://digitalcommons.bard.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1088&context=senproj_s2016 ст. 45

а не моди: «Колекції суконь, які склалися здебільшого з одягу доіндустріальної епохи, були зібрані, щоб показати, як люди одягалися протягом історії, від селян до аристократів, і в різних географічних регіонах»⁵⁸. Проводились дослідження щодо матеріалу, крою та естетичних цінностей, опис кожного предмету колекції і формування міжнародної інструкції щодо поводження з одягом у музеях, відомі як Інструкції комітетів з костюмів ICOM задля їх збереження для майбутніх поколінь.⁵⁹ Другий період зародився у повоєнний час з 1960-х і до кінця 1990-х років, з утвердженням моди як широкого культурного явища, що передбачає наявність важливої спадщини для майбутніх поколінь. Третій період, від кінця 1990-х років і до сьогоднішнього дня як час переходу до музеології моди. «Мода перейшла від колекції предметів до вираження ідеї, почуття, атмосфери, до включення стратегічного фокусу для команд управління музеєм».⁶⁰ Змінюються музейні практики: вільна форма презентації, відхід від строгих інструкцій ICOM, розробка спеціальної виставкової програми з інтерактивно-рефлексивного підходом та орієнтація на відвідувача. «Мода – зокрема демонстрація сучасних модельєрів – прибирає пил з музею та робить його динамічним та привабливим».⁶¹

А. Роман пропонує важливу тезу про те, що поміщаючи модні колекції у музейний контекст, відбувається перехід в нову фазу еволюції модного одягу: з рук творця, роздрібного продавця та споживача до рук

⁵⁸ Fashion Museology: Identifying and Contesting Fashion in Museums [Електронний ресурс.] - Режим доступу
https://www.academia.edu/30073125/Fashion_Museology_Identifying_and_Contesting_Fashion_in_Museums
ст. 4

⁵⁹ там само

⁶⁰ Fashion Museology: Identifying and Contesting Fashion in Museums [Електронний ресурс.] - Режим доступу
https://www.academia.edu/30073125/Fashion_Museology_Identifying_and_Contesting_Fashion_in_Museums
ст. 5

⁶¹ там само ст. 6

куратора⁶². Таким чином даний одяг втрачає свою первинну функцію - ауру «ношеного» й набуває статусу зразка,⁶³ відіграє роль елемента біографії чи хронології, однак в той же час, постає гострий виклик інтерпретації цих модних колекцій. Головною проблемою є контекстуалізація - пошук нарративу, адже модні колекції вкрай відмінні від стандартизованого контексту: історичності, традиційного одягу, стилю чи ідеології, й поєднують в собі шар суперечливих значень та дилем. Модні колекції все частіше представляють поняття нетипового одягу, радикальної історичної моди, зв'язку з людським тілом, ідентичністю творчого процесу та стилю.

Однак, М. Мельхіор критикує традиційні підходи музею, що зосереджені тільки на класичному підході консервації модного одягу: колекціонування, архівування, збереження, догляд та демонстрація модного дизайну, який має національне та міжнародне значення. Новий період музеології вимагає рефлексивності та актуалізації фондів, де мода може постати «лінзою, крізь яку наше минуле та сьогодення можна розповісти та дослідити у набагато більш нюансований спосіб».⁶⁴

Отже, попри те, що я розглядаю модні колекції з позицій задуму автора, створення та репрезентації, наголошуючи на перформативності останньої, після визначення поняття модної колекції та її історичного розвитку в контексті індустрії моди від *houte cuture* до *fast fashion*, я зробила висновок, що серед дослідників переважає погляд на моду і її продукти як

⁶² Yohji Yamamoto and the Museum: A Contemporary Fashion Narrative, Alexis Romano [Електронний ресурс.] - Режим доступу https://www.academia.edu/1455400/Yohji_Yamamoto_and_the_Museum_a_Contemporary_Fashion_Narrative ст.12

⁶³ Yohji Yamamoto and the Museum: A Contemporary Fashion Narrative, Alexis Romano [Електронний ресурс.] - Режим доступу https://www.academia.edu/1455400/Yohji_Yamamoto_and_the_Museum_a_Contemporary_Fashion_Narrative ст.2

⁶⁴ Fashion Museology: Identifying and Contesting Fashion in Museums [Електронний ресурс.] - Режим доступу https://www.academia.edu/30073125/Fashion_Museology_Identifying_and_Contesting_Fashion_in_Museums ст. 8

явище поверхове; таке, що тяжіє до привнесення новизни та комерції, однак окрім мінливості, змінності та самої модності не несе в собі особливої цінності. Мода існує заради моди. Зокрема, зміни форматів подіумної моди, що відповідають глобальним та цивілізаційним змінам у суспільстві, особливо на етапі глобалізації, демонструють те, на що спирається поструктуралістська теорія, і як постала теорія симулякрів Ж. Бодрієра в оцінці моди, яку я розгляну в наступному розділі. За поструктуралістським концептом - автор є мертвим, відтак, будь-яка інтерпретація його текстів чи повідомлень буде знеособленою. Однак, без фігури дизайнера і його бібліографічного контексту усі закладені ним в колекцію цінності, зокрема інспіровані власною біографією набудуть характеру симуляції чи фікції; повідомлення як творче висловлювання дизайнера буде втраченим чи розкритикованим як провокаційне прагнення до виключно комерційного успіху, а колекція характеризуватиметься як одна з чисельних модної індустрії. Як було продемонстровано, навіть в контекстах мистецтва чи музею, мода розглядається радше через призму новаторства або переданням естетики часу, проте не як така, що може стати революційним інструментом трансляції німих концептуальних висловлювань про сенси та смислами.

Натомість в для мого дослідження вкрай важливо є повернути в розгляд модного процесу його автора - дизайнера й представити концептуальну комунікативну цінність колекції, яка переважає над її модною естетикою.

РОЗДІЛ ІІ. ПОЛІТИЧНІ ПОВІДОМЛЕННЯ В МОДНИХ КОЛЕКЦІЯХ

У своєму 2 розділі я маю на меті продемонструвати як саме через політичні повідомлення можна проінтерпретувати і протрактувати модні колекції як дещо більше, ніж сама мода; більше за характеристики актуальності, змінності чи мінливості. Відтак, я використаю визначену О. Гофманом комунікативну функцію моди й послуговуватимусь семіотичними механізмами трансляції повідомлень в культурі через одяг та модні колекції.

Семіотична парадигма дослідження

Л. Свендсен пише: «При формуванні індивідуальності центральне місце завжди займають символи, наприклад: розп'яття, англійська шпилька, яка використовується як прикраса для пірсингу, або національний костюм».⁶⁵ Символи є важливою частиною повідомлення, адже зберігають в собі частину інформації. Як відомо, мода оперує не тільки у фізичній, матеріальній площині, а й функціонує у символічній сфері й працює з культурними кодами. Відтак, можливість сприйняття і прочитання зашифрованого на одязі, як звичайного, так і подіумного, повідомлення безпосередньо залежить від нашого володіння певною знаковою системою. Візуальні деталі одягу, зокрема модного, можуть розглядатися як семіотичні знаки, що у підсумку формують систему, перетворившись на культурні/модні коди, і використовуються при соціальній комунікації для невербального передавання якихось значень чи трансляції інформації/повідомлення.

⁶⁵ Философия моды, Ларс Свендсон . [Електронний ресурс.] - Режим доступу:<http://svendsoncontents.php?id=70936> ст. 16

Варто зазначити, що модний одяг навіть попри наявність на ньому написів, завжди виступає формою невербальної комунікації, адже за М. Бернардом: «існує рівень невербальної комунікації, який перевищує буквально значення цих слоганів або назв брендів».⁶⁶

Природу знака і знакової системи вивчає наука семиотика. Вона розглядає їх як «засоби зберігання, передачі та переробки інформації (про певні фрагменти чи явища) в людському суспільстві, у природі та в самій людині»,⁶⁷ і які водночас слугують інструментами для відображення та інтерпретації явищ нашої реальності. Сеmiotична парадигма (в культурі) розглядає будь-яке явище культури, зокрема моду, як таке, що має семиотичну природу, тобто складається зі знаків і виступає їх системою. Ці знаки мають різні властивості, зв'язки та смислові валентності, що творять текст, який можна прочитати, інтерпретуючи чи декодуючи усі його значення.

Чарльз Пірс вказував: «Ніщо не стає знаком, доки не інтерпретується як знак, замінюючи щось інше, що лежить поза самим собою»⁶⁸ За цим твердженням знак варто сприймати як певний матеріальний об'єкт, який постає одночасно заміщенням та відображенням чогось, чим він не є: предмету, явища, та зрештою самої реальності. Так само і деталі на модному одязі можуть відображати певну інформацію, що стосується абсолютно будь-чого, при цьому вони не обов'язково ідентично зображуватимуть транслюючий елемент.

⁶⁶ Fashion Museology: Identifying and Contesting Fashion in Museums
Barnard, M. (2013) Fashion as Communication. 2nd edn. Taylor and Francis. [Електронний ресурс.] - Режим доступу <https://www.perlego.com/book/1598224/fashion-as-communication-pdf>

⁶⁷ Семиотика Язык. Природа. Культура: Курс лекций учеб. пособие для студ. филол., лингв, и переводовед. фак. высш. учеб. заведений / Н. Б. Мечковская. — 2-е изд., испр. — М. Издательский центр «Академия», 2007. - ст. 6

⁶⁸ Семиотика. Языки и коды культуры : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Е. Бразговская. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. ст.105

Також вчений запропонував класифікувати знаки за трьома характеристиками, а саме, як:

- **Іконічний знак** - знак, що безпосередньо нагадує об'єкт.
- **Індекс** - знак, що передбачає зв'язок з об'єктом; знак і об'єкт логічно пов'язані.
- **Символ** - знак, що за своєю суттю не пов'язаний з об'єктом, натомість зв'язок є умовою узгодження в конкретному суспільстві. Саме символи найбільше вводять в оману, і їх найлегше зрозуміти неправильно, оскільки для точної інтерпретації значення повинно бути відкрито пояснено.

Ще одним важливим видом знаку для контексту майбутнього аналізу обраних мною колекцій є симулякр - знак, що працює з естетикою постмодерну. Автор терміну (симулякр) Ж. Бодрійяр трактує його як семіотичний знак-фікцію, що маскує відсутність реальності, а також наводить чотири форми відносин між знаком і реальністю:

- відображення основної реальності;
- маскування і перекручування глибокої реальності;
- маскування відсутності базової реальності;
- він не має ніякого відношення ні до якої реальності: це його власний чистий симулякр⁶⁹

Дж. Фіске стверджує, що будь-яка комунікація інтегрована у культуру й використовує знаки та коди, де: «знаки — це артефакти або дії, які стосуються чогось іншого, ніж вони самі; тобто вони є позначними

⁶⁹ Бодрійяр Ж. Символический обмен и смерть. М.: Добросвет, 2000. - ст. 55

конструктами. А коди — це системи, в які організовані знаки і які визначають, як знаки можуть бути пов'язані один з одним».⁷⁰ Разом знак і код формують соціальні відносини, проте за попередньою суспільною домовленістю, що саме вони позначають.

Водночас, якщо в загальній семіотичній парадигмі культура постає чимось, що нагадує текст, який можна перекласти з мови знаків, проінтерпретувати та зрозуміти його значення, то семіотичний підхід моди ж спирається на концепцію Р. Барта, який зосереджує увагу на вже згаданій виразній символічній властивості моди і пропонує розглядати саме її як окрему знакову систему.⁷¹ Об'єктом семіотичної парадигми моди є костюм, що складається з різноманітних знаків. При цьому, Л. Свенсон стверджує, для того, щоб зрозуміти моду, потрібно віднайти значення її коду, який формує модну мову. Не знання і не розуміння коду порушує орієнтацію індивіда у самій системі й може нести для нього загрозу.⁷²

Отже, у такому розгляді ми приходимо до висновку, що модний одяг є чимось складнішим, аніж функцією прикривання і декорування тіла, він також є інформаційним медіумом і архівом значень завдяки своїй виразній символічній компоненті. Проте, для розуміння самого процесу можливості надсилання повідомлення цього недостатньо. Необхідно звернутись до теорій комунікації, які пояснюють явище невербального спілкування, зокрема завдяки практикам проектування чи носіння одягу.

⁷⁰ Fiske, J. (1990) Introduction to Communication Studies, London: Routledge. - ст 1

⁷¹ Барт Р. Система Моди. Статті по семиотике культуры. Пер. с фр., вступ. ст. и сост. С. Н. Зенкина. - М.: Издательство им. Сабашниковых, 2003. -- 512 с.

⁷² Свендсен Л. Философия моды/ Пер. с норв. А. Шипунова. — М.: Прогресс-Традиция, 2007, ст 17-18

Комунікаційна теорія моди

Такі відомі дослідники як Р. Якобсон, Умберто Еко та Юрій Лотман залишаються в історії одними з провідних вчених, що займались питанням того, як кодується, адресується й інтерпретується будь-яке повідомлення в культурі. Кожен розробив власну модель, які сьогодні вважаються основоположними в теорії комунікації, однак в її основі завжди полягав базовий принцип, який схематично можна зобразити наступним чином:



У центрі моделі комунікації Ю. Лотмана лежить аналіз концепції Р. Якобсона, а точніше фокус на усуненні у ній надмірної абстракції щодо наявності у того, хто передає і того, хто приймає інформаційне повідомлення однакового об'єму (культурної) пам'яті та використання в процесі комунікації тих самих кодів⁷³. Відтак, згідно з Лотманом «У нормальному людському спілкуванні і, більше того, у нормальному функціонуванні мови закладено припущення про вихідну неідентичність того, хто говорить і слухає»⁷⁴. Безумовно, це спричиняє труднощі у передачі й інтерпретуванні повідомлення, але водночас несе в собі більш цінну достеменно нову для індивіда інформацію.

⁷³ Лотман Ю. М. Л80 Семиосфера. — С.-Петербург: «Искусство—СПБ», 2000. — ст. 15

⁷⁴ там само

Комунікаційна концепція Юрія Лотмана передбачає дві моделі передачі повідомлень:

1. «Я — ВІН»

Де «Я» - власник інформації, адресант, а «ВІН» - об'єкт, адресат.

Як пояснює Лотман, завідома до початку даної комунікації є певна інформація, якою володію і яку розумію «Я», проте яка невідома «йому»⁷⁵. Відтак, дане повідомлення, що має закладений в собі певний код, передається у просторі між «Я» (адресант) до «ВІН» (адресат) і як у будь-якій класичній моделі комунікації використовує для цього певний канал комунікації.

У свою чергу, Дж. Фіске продовжує цю тему й окреслює явище комунікації як «соціальну взаємодію через повідомлення»⁷⁶, проте саме у семіотичному підході він підкреслює акцент на сприйнятті комунікації як «соціальної взаємодії, що конституює індивіда як члена певної культури чи суспільства»⁷⁷, а також як «виробництво та обмін значеннями».⁷⁸

Відповідно, якщо у центрі семіотики знаходяться тексти і знакові системи різних рівнів складності, наприклад культура, чи мода, то для здатності їх/його «прочитання» та перекладу, нам необхідно володіти спільними груповими, суспільними кодами; саме поняття приналежності до конкретної групи визначає моє сприйняття явищ і формує певний соціально-культурний контекст для продукації кодів.

Це показує також те, що в залежності від наявності чи відсутності соціокультурних кодів у адресата та за володінням ним іншим об'ємом

⁷⁵Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров. Человек — текст — семиосфера — история. — М.: «Языки русской культуры», 1996.. — ст. 24

⁷⁶Fiske, J. (1990) Introduction to Communication Studies, London: Routledge. - ст 3

⁷⁷ там само

⁷⁸ там само

пам'яті, уможлиблюється або навпаки унеможлиблюється причитання та декодування повідомлення. «Створення та читання тексту розглядаються як паралельні, якщо не ідентичні процеси, оскільки вони займають одне й те саме місце в цьому структурованому відношенні»⁷⁹ Натомість, нездатність чи складнощі при відчитуванні в даному підході як і у теорії Лотмана, так і у Фіске є радше прикладом відмінності культурного досвіду між адресантом та адресатом та спільнотворенням тексту, а не кінцем комунікації.

«Ці переговори відбуваються, коли читач вносить аспекти свого культурного досвіду в коди та знаки, які складають текст. Це також передбачає певне спільне розуміння того, про що йдеться в тексті.»⁸⁰

Даний підхід є визначальний у моєму дослідженні, адже ілюструє виклики в інтерпретації і вказує не на відсутність самого повідомлення, а на унеможливлення його виявити та відчитати через брак соціо-культурного досвіду й сформованих у ньому відповідних кодів у глядача-читача. Відтак, це допоможе мені пояснити, чому ймовірно, чимало індивідів або зовсім не вбачають в деталях модного подіумного одягу жодних висловлювань, в тому числі політичних, або ж відчитують його власне як певну сукупність стереотипних знаків і художньо - естетичних прикмет чи трактують їх у різний спосіб, часом у зовсім відмінний від початкового задуму дизайнера.

Натомість, згідно з другою моделлю комунікації Ю. Лотмана, яка зображується так: «**Я — Я**», я хочу стверджувати, що відсутність у певний час у індивіда окремих кодів не є сталим явищем, він може здобувати їх у процесі особистої трансформації та зміни соціо-політичного чи культурного ландшафту.

⁷⁹ Fiske, J. (1990) Introduction to Communication Studies, London: Routledge. - ст 3

⁸⁰ там само

Цей вид комунікації передбачає передачу автоповідомлення, тобто адресантом і адресатом виступатиме «Я», однак у такому випадку повідомлення передається не у просторі, а у часі, і «Я»-адресат за Лотманом: «функціонально прирівнюється до третьої особи»⁸¹. Якщо у першій моделі в процесі комунікації змінюватиметься носій інформації через перехід від «Я» (адресант) до «ВІН» (адресат), то натомість у другій - відбувається трансформація сенсу самого повідомлення завдяки введенню додаткового коду зовні, і у підсумку трансформується саме «Я»

«Передаючи самому собі, Я внутрішньо перебудовує свою сутність, оскільки сутність особистості можна трактувати як індивідуальний набір соціально значущих кодів, а цей набір тут, в процесі комунікаційного акту, змінюється ... У процесі такої автокомунікації відбувається переформування самої особистості, з чим пов'язане дуже широке коло культурних функцій від необхідного людині у певних типах культури відчуття свого окремого буття, до самопізнання та аутопсихотерапії».⁸²

Дана модель автокомунікації стосується автора повідомлення, тобто у контексті колекції - її дизайнера. Відтак Я-Я може виступати й як рефлексивне самолікування через творче вираження власних травм у процес проектування одягу.

У процесі цієї роботи, я розглядатиму поняття загроженої ідентичності і те, як політичні висловлювання в модних колекціях можуть стати інструментами протидії стиранню національної ідентичності, однак, у цьому моменті мені важливо наголосити, що в залежності від ряду факторів: безпекової ситуації в державі, рівня культурної й політичної обізнаності та рівня освіти, ми володіємо чи не володіємо тими чи іншими кодами, відтак, питання спроможності відчитати й інтерпретувати посил модної колекції залежатиме від цих факторів. Проте, з часом за різних обставин: коли безпосередньо наша ідентичність буде загроженою або ж

⁸¹ Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров. Человек — текст — семиосфера — история. — М.: «Языки русской культуры», 1996.. — ст. 24

⁸²там само— ст.31

наша обізнаність вийде на новий рівень, ми володітимемо рядом нових додаткових кодів, і зможемо в розрізі часу інтерпретувати те саме повідомлення у різний спосіб: не розуміти, зберігати нейтральну позицію або ж вбачати у цьому певну культурну солідарність. Отже, наявність досвіду безперечно стосуватиметься змін в соціо-політичному контексті і залежатиме від духу часу, який продукуватимуть нові додаткові коди.

Говорячи про інтерпретацію, необхідно також згадати такі ключові поняття як конотація та денотація. За Р. Бартом, денотація - це буквально чи істинне значення слова або зображення, тобто застосовується безпосереднє спостереження, яке пов'язане зі знаком.⁸³ Натомість конотація поняття складніше і пов'язане з активною інтелектуальною діяльністю, задля продукування асоціацій індивідом з відомими йому культурними кодами. Саме конотація виступає інструментом для розуміння прихованих і неочевидних сенсів, особливого символічного характеру моди.

Для прикладу можемо використати вибір костюму гуртом Tvorchi, конкурсантів-представників від України, для відкриття Євробачення 2023. Піджаки обох артистів були промовисто розписані іменами та цифрами. Відтак розпізнавання латинського алфавіту, жіночих та чоловічих імен й цифр є радше констатацією фактів базового знання, так само як називання кольорів «червоний/чорний», відповідно виступатиме денотацією. Натомість конотацією, найперше стане асоціація з способом маркування фізичних характеристик новонароджених у пологовому будинку, по-друге, розуміння базових норм щодо здорових параметрів у немовлят і порівняння їх зі зображеними цифрами повинно сприяти усвідомленню про певну невідповідність, недостачу, загрозу, нетиповість і

⁸³ Барт Р. Система Моди. Статті по семиотике культури. Пер. с фр., вступ. ст. и сост. С. Н. Зенкина. - М.: Издательство им. Сабашниковых, 2003. - ст 37

ненормальність. «Вписані» імена етимологічно мали б асоціюватись з певним географічним регіоном, погоджуюсь, що це важко виявити, проте саме обізнаність щодо соціо-політичного контексту, в якому зараз знаходиться українське суспільство може продукувати процес мислення про загрозу для життя новонароджених в Україні саме через війну. Відповідно можна вважати, що дані піджаки у своїй конотації міститимуть політичний посил.

Костюми гурту TVORCHI стали інструментом культурно-політичної адвокаційної кампанії, розробленої фандрейзинговою платформою UNITED24, основна мета якої символічна репрезентація передчасної народжуваності в Україні у зв'язку з воєнними діями росії, чергове привернення уваги міжнародної спільноти до наслідків війни, а також залучення підтримку й збір 10 млн грн для придбання 10 інкубаторів для продовження життя новонародженим⁸⁴

Водночас, у моєму дослідженні мені важливо розглядати обидва підходи комунікації, адже для аналізу політичних повідомлень у модних колекціях важливим є як розуміння вкладених значень при інтерпретації, так і сам принцип кодування посилу дизайнера, його німого висловлювання.

Одяг і повідомлення в дискурсі моди

Колін Макдавел нарікає одяг «служогою та посланцем суспільства».⁸⁵ Проте, ряд дослідників, зокрема Фред Дейвіс та Ларс Свендсен категорично заперечують, що будь-який одяг наділений комунікативною функцією,⁸⁶ водночас, я хочу заперечити цьому використовуючи як головний свій

⁸⁴TVORCHI вийшли на Бірюзовий хідник "Євробачення" у костюмах з іменами передчасно народжених українських дітей[Електронний ресурс.] - Режим доступу <https://suspline.media/468977-tvorchi-vijsli-na-biruzovij-hidnik-evrobacenna-u-kostumah-z-imenami-p-eredcasno-narodzenih-ukrainskih-ditej/>

⁸⁵Fashion today, McDowell, Colin[Електронний ресурс.] - Режим доступу <https://archive.org/details/fashiontoday0000mcdo/page/6/mode/2up> ст.6

⁸⁶ Свендсен Л. Философия моды/ Пер. с норв. А. Шипунова. — М.: Прогресс-Традиция, 2007, ст 17-18

аргумент те, що одяг фігурує у дослідницьких аналізах антропологів, етнографів, істориків, соціологів та представників інших дисциплін як джерело інформації про об'єкт їх дослідження. Як відомо, одяг формувався і розвивався залежно від історичних, соціально-економічних, культурно-побутових, географічних, кліматичних й інших умов, тому й водночас зберігав у своїй матеріальній формі через символічну виразність певну смислову інформацію про конкретний час доби. Відтак, вбрання однозначно несе в собі різні значення, наприклад, ми дізнаємося про еволюцію і історичний час, тому можна припустити, що наш одяг виступає прикладом хронотопу часу чи культурної біографії.

Перші повідомлення передані завдяки одягу можна прослідкувати ще з початку зародження цивілізації. Зокрема, саме завдяки задокументованим згадкам про способи одягання і носіння вбрання, ми отримали знання про тогочасних людей, наших пращурів, про їх стиль життя, практики, клімат, природні особливості їх поселення та безпековий стан.

Антропологиня К. Т. Гансен у статті «The World in Dress: Anthropological Perspectives on Clothing, Fashion, and Culture» аналізуючи дослідження своїх колег, демонструє, як одяг передає значення про ідентичність корінних народів, як його варіації стають відображенням впливів історичного часу та соціо-політичного контексту, а відтак свідченням про зміни їх ідентичності. Ці значення наділяють одяг характером «культурної біографії»⁸⁷. Зокрема, дослідниця вказує трансляцію одягом інформації про вплив британського колоніалізму в Африці та про взаємодії з ісламом і християнством.⁸⁸ Посилаючись на Е.Рене, К. Т. Гансен також через пояснення візуальної складової особливості практик одягання, пояснює

⁸⁷ The World In Dress: Anthropological Perspectives on Clothing, Fashion, and Culture, Karen Tranberg Hansen [Електронний ресурс.] - Режим доступу https://www.jstor.org/stable/25064858?searchText=&searchUri=&ab_segments=&searchKey=&refreqid=fastly-default%3Ab7b8eba65b166695b75a4197c06b0f61&seq=11 ст. 6

⁸⁸ там само ст.8

особливості суспільних ритуалів конкретного суспільства в Йорубалендені. «Молоді жінки при шлюбі одягаються в чорне сукно, мисливці — у чорно-білі смугасті сорочки, вожді — у червоне маскарадне сукно з пишними візерунками. Білий - колір духовних стосунків»⁸⁹

Історики Д. Коул та Н. Дайл зображають як одяг передає нам інформацію про військову реальність двох Світових війн. Зокрема, переодягання жінок в чоловічі силуети, штани та комбінезони як маркер їх потреби як цивільних у залученості до важкої роботи в тилу або як познання того факту, що жінки також працювали на фронті; переважання коричневої гами через відсутність синтетичних барвників з Німеччини та вовни, яка була призначена виключно для потреб армії⁹⁰.

Соціологи в дослідженні одягу, в основному підтверджують теорію Г. Зімелля про диференціацію і соціалізацію. Відтак, з появою класового розрізнення, одяг також постав інструментом для маркування інформації про свого власника і його допуску до певних благ. А. Ейзенберг, досліджуючи еволюцію футболки як культурного феномену, вказує, що з кінця 1950-х даний вид одягу перейшов з виключного приватного простору значення і утвердився як річ для публічного носіння, вона пояснює, що це стало можливим, зокрема завдяки використанню дизайнерами нагрудної кишені. Окрім того, кишеня - як візуальна деталь одягу комунікувала про класове розрізнення її власника: середній клас - з кишенею, робітничий клас - без⁹¹. Водночас у 1960-х з процесом демократизації футболка, за висновками дослідниці, перетворилась на дошку повідомлень, власники

⁸⁹The World In Dress: Anthropological Perspectives on Clothing, Fashion, and Culture, Karen Tranberg Hansen [Електронний ресурс.] - Режим доступу https://www.jstor.org/stable/25064858?searchText=&searchUri=&ab_segments=&searchKey=&refreqid=fastly-default%3Ab7b8eba65b166695b75a4197c06b0f61&seq=11 ст. ст. 8

⁹⁰ D.J. Cole, N. Deihl, The History of Modern Fashion From 1850, Laurence King Publishing Ltd, London, 2015. - ст.123-124

⁹¹ T-Shirt: A Cultural Evolution of Meanings, as a Narrative of Time, Alla Eizenberg [Електронний ресурс.] - Режим доступу https://www.academia.edu/33367526/T_shirt_Evolution_of_the_object_as_a_narrative_of_time_pdf ст.6

якої за її допомогою «починають повідомляти про свої переконання та амбіції, використовуючи слогани або ідентифікації з гаслом, надрукованим на одязі»⁹²

Етнографи та етнологи досліджували етноелементи, якими марковано традиційний костюм різних народів. У свою чергу, я припускаю, що такі чинники як початок глобалізації, нівелювання чіткого класового поділу, відхід від використання в повсякденні етно костюмів та віянням різноманітних революцій (в тому числі 1968 року), з одного боку призвели до зменшення об'єму і точності передачі повідомлення про свого господаря, проте водночас привнесли новаторські підходи для прямого чи опосередкованого висловлювання про різноманітні ідеї, запити чи реакції.

Водночас, у своїй книзі «Мода як комунікація» М. Бернард підсвічує важливу тему, чи можна розглядати одяг, як такий, що несе в собі якісь повідомлення; як такий, що здатен «говорити». Спершу дослідник посилається на твердження Ф.Дейвіса, що одяг не здатен «говорити»,⁹³ щоб згодом пояснити неточність твердження його попередника підходом МакРоббі про те, що саме дизайн одягу уможлиблює невербальну комунікацію такого матеріального предмету як одяг: «Дизайн одягу передбачає «творчу думку», турботу про «естетику» та перевагу форми над функцією, усе те, що зазвичай вважається притаманним мистецтву»⁹⁴. Відтак, наведені вище приклади міждисциплінарних досліджень доводять можливість одягу передавати інформацію про свого власника і про його

⁹² Signs in Flux: VETEMENTS— Making Meaning of Multiplicity, Alla Eizenberg [Електронний ресурс.] - Режим доступу

https://www.academia.edu/33367585/Signs_in_Flux_VETEMENTS_Making_Meaning_of_Multiplicity.76

⁹³ Barnard, M. (2013) Fashion as Communication. 2nd edn. Taylor and Francis. [Електронний ресурс.] - Режим доступу <https://www.perlego.com/book/1598224/fashion-as-communication-pdf>

⁹⁴ Barnard, M. (2013) Fashion as Communication. 2nd edn. Taylor and Francis. [Електронний ресурс.] - Режим доступу <https://www.perlego.com/book/1598224/fashion-as-communication-pdf>

Zeitgeist, проте, саме практика дизайну характеризує певне повідомлення на вбранні як умисне; як таке, що є висловлюванням конкретного автора.

Також у цьому контексті варто розглянути вплив на дизайн концептуального мистецтва, адже, як на мене, свій радикальний потенціал як месенджера і медіума гучних заяв та глибших сенсів, одяг набув саме в контексті модної індустрії і завдяки привнесенням концептуальних прийомів в дизайнерський процес.

Саме явище концептуального мистецтва в ХХ столітті спричинило чимало резонансу, проте однозначно не залишало свого глядача байдужим, схожі принципи має і сама мода, яка використовує різноманітні прийоми, аби вразити, шокувати, заявити про щось і отримати реакцію. Відтак, у такий спосіб стирається домінування естетичності поступається проектуванням й виголошенням смислів.

Джозеф Кошут, автор терміну концептуального мистецтва, вказав на трансформацію в ХХ столітті погляду на те, чим є мистецтво: «яким чином функціонує твір мистецтва – або як функціонує сама культура?».⁹⁵ Відбувся відчутний зсув від формалістсько-традиційного мистецтва, що за основу сприймав умовні поняття естетики як краси та смаку, до концептуалістського, так званого мистецтва після Дюшана, що зосереджується на силі ідеї та артикуляції сенсів; зміщення фокусу з форми до змісту мистецького твору. «Ідея стає машиною, яка виробляє мистецтво»⁹⁶ (Сол ЛеВітт, 1967). Тобто, згідно з Кошутом концептуальне мистецтво варто сприймати як певне навмисно закладене його творцем-художником висловлювання, що відкидає декоративність й матеріальність, натомість переосмислює власну сутність і залучає глядача

⁹⁵ Джозеф Кошут, Искусство после философии [Електронний ресурс.] - Режим доступу http://vesi.ru/files/art_after_philosophy.pdf

⁹⁶ там само ст.2

до інтелектуальних процесів мислення. У контексті моєї роботи можна сприймати концепт Кошута як уможливлення того, що мистецтво може створювати і посилати певні, саме навмисно сконструйовані, меседжі; мистецтво стає способом висловлювання свого творця та засобом для комунікації з аудиторією. Відтак, роль художника при цьому займає центральне місце у концептуалістському підході, адже саме наявність чи відсутність наміру автора визначає приналежність мистецтва до концептуалістського напрямку.

Це мало беззаперечний вплив на модну індустрію, коли у 80-ті роки ХХ мода переживає ідентичні процеси, дизайнери відкидають надмірну формалізацію та комерціалізацію модного одягу, відбувається революційне зміщення парадигми від чистої естетики, краси фасонів, тканин та технік до ідеї та смислу, до того, що можна показати завдяки одягу, що з нього можна зробити і що він здатний висловити. Адам Геці і Вікі Карамінас у свої книзі використовують наступну цитату Хейзел Кларк:

«Концептуальне мистецтво вирізнялося тимчасовістю; твердження полягало у самому виконанні, а не у створенні тривалого об'єкта. Тут ми вже можемо бачити потенційні паралелі з модою, яка визначається не просто як виробництво одягу, а видатним ставленням моди до часу — минулого, сьогодення і майбутнього, до її перформативних аспектів — конфігурації тіла і одягу, до її потенціалу виявляти і ставити під сумнів ідентичність, а також її здатності служити безмовним відображенням культури та суспільства».⁹⁷

Відтак, саме завдяки цьому дизайнер постає як автор, що кодує і продукує революційні соціо-політичні повідомлення, він набуває суб'єктності і використовує власні матеріали для висловлення. Згадане у цитаті «відображати» можна використати як здатність концептуальної моди

⁹⁷ Geczy, A. and Karaminas, V. (2017) *Critical Fashion Practice*. 1st edn. Bloomsbury Publishing.[Електронний ресурс.] - Режим доступу : <https://www.perlego.com/book/808516/critical-fashion-practice-from-westwood-to-van-beirendonck-pdf> сr. 94-95

створювати культурні знаки, що заміщують певні аспекти чи явища реальності, якими послуговується дизайнером і, перетворивши їх на модні коди, використовує у своєму концептуальному висловлюванні. Відтак, концептуальну моду можна наректи ідейною модою: інтелектуальною, критичною й революційною, такою, що підважує усталені порядки та ставить питання через власні творчі висловлювання.

Революціонерами у сфері концептуальної моди прийнято вважати: японських дизайнерів Йоджі Ямамото, Іссея Міяке, Рей Кавакубо, які шокували Паризькі подіуми у 1980-х роках, крім того так звану Антверпенську шістку, до складу якої входили випускники Королівської академії образотворчого мистецтва в Антверпені між 1980 і 1981: Вальтер ван Бейрендонк, Дріс Ван Нотен, Дірк Ван Саєн, Дірк Біккембергс, Енн Демелеместер, і Марина Йї, а також ще одного бельгійського дизайнера - Мартіна Маржелу.⁹⁸ Творчий доробок кожного з них формував те, що зараз прийнято називати концептуальною модою: порушення традиції та міждисциплінарних меж, відхід від класичного західного погляду на модний одяг, спосіб його проектування та носіння, дослідження меж між мистецтвом та модою, тілом та перформатичністю, гендером та андрогічністю, матеріалом та функцією, і нарешті переосмислення, що ж власне є самою модою. Однак, провідним концептом залишилося переважання ідеї, сенсу і самого висловлювання над естетичною формою речі, над матеріальністю модного об'єкту.

Водночас, феномен популярності дизайнерів концептуалістів вплинув на зародження нового явища - анти-моди. Антимода зберегла фокус на трансляції ідеї як основному призначені дизайнерської речі, однак крім того виступила як іронічна критика та протест проти капіталістичної та

⁹⁸ Geczy, A. and Karaminas, V. (2017) *Critical Fashion Practice*. 1st edn. Bloomsbury Publishing. [Електронний ресурс.] - Режим доступу : <https://www.perlego.com/book/808516/critical-fashion-practice-from-westwood-to-van-beirendonck-pdf> ст. 131

споживацької моди, її звичної естетики розкоші, натомість заграючи з естетикою повсякденності.

Я також хочу наголосити, що не тільки дизайнери-концептуалісти здатні використовувати власні модні колекції задля трансляції власного висловлювання у формі візуального повідомлення. Радше, вони стали революціонерами індустрії, хто переосмислили функції подіумного одягу і й принесли в нього інтелектуальну складову та запит до підвищення рівня свідомості. Відтак, ряд інших дизайнерів стали або наслідниками концептуалістів, так званими пост-концептуальними дизайнерами, або час від часу імплементували їхню методологію у власні модні вироби.

Політичні повідомлення в модних колекціях

А. Ейзенберг стверджує, що «Мода може і використовує одяг для потреб і заяв, які вона створює»⁹⁹.

У свою чергу, модні дизайнери вивели власні творчі доробки до першочергових засобів реакції та протесту, одяг перетворився інструмент протистування й чиненню опору панівним ідеям та системам через надсилання повідомлень. Г. Вренкоска, аналізуючи концептуальні модні колекції, реферує до Дж. Міллера й пише, що «одяг виконує дві політичні функції: 1) кидає виклик домінуючим символам суспільства; 2) об'єднує групи, які кидають виклик домінуючим ідеям і образам суспільства».¹⁰⁰ Відтак, нижче я маю намір класифікувати загальну типологію політичних повідомлень в модних колекціях й передати основні наміри, а також інструменти їх вираження. Водночас, варто зазначити, що найчастіше

⁹⁹ T-Shirt: A Cultural Evolution of Meanings, as a Narrative of Time, Alla Eizenberg [Електронний ресурс.] - Режим доступу

https://www.academia.edu/33367526/T_shirt_Evolution_of_the_object_as_a_narrative_of_time_pdf ст.4

¹⁰⁰ Political statements in Conceptual Fashion [Електронний ресурс.] - Режим доступу:

https://www.academia.edu/396286/Political_statements_in_Conceptual_Fashion_The_voice_of_national_sentiments_as_a_self_reference_in_the_Ready_To_Wear_collections_of_Alexander_McQueen_and_Hussein_Chala_yan ст.5.

сировиною для виявлення ідентичності чи репрезентації позиції в моді дизайнери використовують саме футболку як один з елементів одягу, проте стилістичні прийоми для кодування знаків й трансляції кодів є дуже різноманітними: написи й слогани, малюнки, принти, узор, кольорова гама, зображення, символіка, креативні техніки крою.

Типологізація політичних повідомлень.

1. Гендер і права людини:

У цьому розрізі основні дизайнерські меседжі стосуються проблем й підтримки гендерної рівності, висвітлення прав жінок та представників ЛГБТ спільноти, акцентування на особистому праві кожного індивіда розпоряджатися власною ідентичністю та тілом, зокрема сексуальні й репродуктивні права.

У своїй круїзній колекції 2020 року для дому Gucci модний дизайнер Алессандро Мікеле демонструє своє творче протестне висловлювання проти обмежувальних законів щодо абортів в Сполучених Штатах.

Зокрема, основні повідомлення були зосереджені на трьох образах:

- Синій костюм з написом на спині «Мое тіло, мій вибір», який є референсом до феміністичного слогану 70-х років.¹⁰¹
- Блуза з червоними вишитими цифрами «22.5.78» - апелювання до дати встановлення статуту 194, що легалізує аборти в Італії.¹⁰²

¹⁰¹instagram сторінка дому Gucci[Електронний ресурс.] - Режим доступу <https://www.instagram.com/p/ByBE4mXiAtA/?igshid=MzRIODBiNWF1ZA%3D%3D>

¹⁰²instagram сторінка дому Gucci[Електронний ресурс.] - Режим доступу <https://www.instagram.com/p/ByBCnbSiOAC/?igshid=MzRIODBiNWF1ZA%3D%3D>

- Сукня з вишитим відображення жіночої репродуктивної системи.¹⁰³

2. Окремо у світі моди гостро висвітлюють **проблеми расової дискримінації**.

Модний дизайнер А Sai Та за допомогою дизайну футболки передає свою реакцію щодо вбивства Джорджа Флойда у червні 2020 року й багатьох інших афроамериканців в США та висловлює підтримку руху Black Lives Matter.¹⁰⁴ На передній частині футболки графічно зображено усміхнених темношкірих жертв, що були неправомірно вбиті поліцією в Америці, а на зворотній написані імена кожного з них. Відтак, через дану модну річ, А Sai Та створив і передав повідомлення про засудження расової дискримінації та несправедливості американської системи, про боротьбу: «Ця ідея боротьби за репрезентацію, боротьби за справедливість — не є миттєвою річчю».¹⁰⁵ «Я вважаю, що мода має силу створювати зміни. Мода завжди була політичною. Наші тіла політичні. Наша шкіра політична. І якщо я, як дизайнер, буду одягати тіло, я повинен це враховувати».¹⁰⁶ Отож, як вказує Хена Шарма, автор статті про дизайнера, це меседж про потребу «бути помітним і створювати видимість».¹⁰⁷

3. Екологія і стан довкілля

Низка дизайнерів активно використовує власні колекції як комунікацію про загрозу зміни клімату для людства, про забруднення планети, зокрема і внаслідок активної промоції та створення продуктів швидкої моди, а

¹⁰³ instagram сторінка дому Gucci [Електронний ресурс.] - Режим доступу <https://www.instagram.com/p/ByCY3iEiS43/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>

¹⁰⁴ [Електронний ресурс.] - Режим доступу https://www.instagram.com/p/CBBzeRJBYsh/?utm_source=ig_embed&ig_rid=23ef5589-2d6e-48c1-8fbc-e574c8065fa4

¹⁰⁵ А Sai Та: 'It was never really about a pretty dress' [Електронний ресурс.] - Режим доступу <https://edition.cnn.com/style/article/asai-fashion-interview/index.html>

¹⁰⁶ там само

¹⁰⁷ там само

також про важливість широкого імплементації в індустрію моди практик сталого дизайну та заклик до свідомого споживання.

У своїй модній колекції весна літо 2018 дизайнерка Вів'єн Вествуд вкотре продемонструвала свою позицію щодо сучасних екологічних викликів. Відтак, своє повідомлення вона передала, використовуючи наступний ряд творчих рішень:

—Принти: чимало моделей були одягнені у біле вбрання, на яке дизайнерка нанесла чорні кільця, що символізують тваринний плямистий принт та внутрішній розріз дерева - тропічні ліси і їх надмірну вирубку.

—Символи гральних карт, які, як пояснює Ісаак Роус, посилаючись на The Guardian, несуть в собі різні відсилання. Наприклад: «карта з серцем символізує — кохання, вільний світ і IOU»; ромб — «жадібність, гниль, пропаганду», фалос — «війну», а трикутник — алегорію «гігантів, таких як Shell і Monsanto, які гвалтують Землю».¹⁰⁸ Відтак, природа і планета Земля зображаються як розмінні монети.

—Зображення відбитку людської ступні на одній з блуз як засудження надмірного втручання людини в природні процеси і нагадування про катастрофічні наслідки-сліди після такої інтервенції. Зокрема, також варто зазначити, що Вів'єн Вествуд використала з пластикові відходи й сміття у проектуванні деяких своїх образів, як чергове нагадування, що людина є його виробником, і водночас шкідником для довкілля.

4. Соціо-політичні виклики

Найчастіше повідомлення у цій категорії стосуються гострих соціальних чи політичних питань, останніх рішень чи подій, які мають безпосередній

¹⁰⁸Vivienne Westwood Showcases Genderless Gowns in 2018 Spring Menswear Collection [Електронний ресурс.] - Режим доступу <https://hypebeast.com/2017/6/vivienne-westwood-spring-2018-menswear-collection-london-fashion-week>

відчутний вплив на широку громадськість, а також виступають голосом тих, хто маргіналізований.

Волтер Ван Бейрендонк у колекції Fall 2015 Menswear трансліює свою реакцію на трагічні наслідки терористичного акту джихадистів: розстрілів журналістів в Charlie Hebdo та вбивство євреїв в паризькому супермаркеті.

Для відкриття колекції дизайнер створив прозору клейончасту сукню-туніку з написом «Припиніть тероризувати наш світ».¹⁰⁹ Окрім того, наступні образи містили в собі такі гасла-повідомлення, як: реферування до вислову зі Старого Завіту «Око за око призводить лише до того, що весь світ стає сліпим»¹¹⁰ як наголос на руйнівній силі насильства та його засудження, а також «Попередження: явна краса»¹¹¹ - як заклик до зміщення фокусу до гармонії й краси світу в кожному творінні, зокрема людини як творінні, та прагнення цінностей миру.

5. Національна й культурна ідентичність

Переважно дана категорія виступає доповненням попередньої як реакція на політичні зміни і загрозу від них для окремої групи чи спільноти індивідів. Відтак, дизайнери намагаються через власну творчість вкотре надати суб'єктності й видимості власній державі та культурі, привернути увагу міжнародної спільноти і підвищити загальний рівень людської обізнаності та свідомості.

Однією з найпомітніших модних колекцій у цьому розрізі є колекція осінь-зима 1996 «Згвалтована Шотландія» Александра Маквіна. Дана збірка модного вбрання присвячена історичній несправедливості у колоніальних стосунках Шотландії та Британії у XVIII столітті, де перша

¹⁰⁹ Walter Van Beirendonck Fall 2015 Menswear [Електронний ресурс.] - Режим доступу <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2015-menswear/walter-van-beirendonck>

¹¹⁰ там само

¹¹¹ там само

виступає історичною й культурною батьківщиною предків дизайнера, а відтак, його власною «емоційною раною» від їх поразки британця¹¹² та присвоєння останніми шотландської культури.¹¹³ Відтак, «Highland Rape» є висловлюванням автора про його національну й культурну ідентичність.

Варто відзначити, що у колекції Александра Маквін використав традиційний шотландський узор - тартан, або як також популярно називати «шотландку», однак основним виразним способом передачі повідомлення про жахливість тогочасних подій - історичне колоніалістське згвалтування, стали розрізи, потертості на самому вбранні, а також напів сконструйовані костюми, де за задумом дизайнера частина жіночого тіла є оголеною.

Фігура дизайнера у конструюванні політичного повідомлення

Чарльз Фредерік Ворт наділив дизайнера суб'єктністю, легімітизував його право на власне творче бачення й реалізував можливість створення комерційних пропозицій. Проте, роль дизайнера у XXI столітті набула істотних змін, нових ознак й глобального значення. Функція дизайнера в створенні модної колекції здебільшого полягає у забезпеченні гармонії між концепцією, дизайном та виробництвом, щоб виготовлені вироби відповідали вимогам ринку і задовольняли потреби клієнтів. Відтак, Елінор і Колін Ренфрю цитують дизайнера-респондента свого дослідження, який вказує, що сучасні дизайнери «працюють як частина тристоронньої атаки: як продавець, дизайнер і розробник продукту»¹¹⁴. Їх діяльність з розвитком модної індустрії рівноцінно пов'язана як з творчістю, так і з бізнес управлінням. Окрім цього, у контексті сталої

¹¹² Political statements in Conceptual Fashion [Електронний ресурс.] - Режим доступу: https://www.academia.edu/396286/Political_statements_in_Conceptual_Fashion_The_voice_of_national_sentiments_as_a_self_reference_in_the_Ready_To_Wear_collections_of_Alexander_McQueen_and_Hussein_Chala_yan ст.6

¹¹³ “Highland Rape” FW 1995 Collection By Alexander McQueen [Електронний ресурс.] - Режим доступу: <https://zerosthoughts.com/2021/11/11/highland-rape-fw-1995-collection-by-alexander-mcqueen/>

¹¹⁴ Developing a Fashion Collection [Електронний ресурс.] - Режим доступу: https://www.academia.edu/16662532/Basics_Fashion_Design_04_Developing_A_Collection ст. 50

моди, дизайнера у сфері бізнесу наділяють також й ідентичностями куратора та фасилітатора. Водночас, як вже було зазначено, чимало впливових дизайнерів зосереджуються на концептуальній потужності моди й створюють ідеї та значення.

Відтак, модна колекція – це не тільки продукування ексклюзивних модних елементів та втамування апетиту до новизни клієнтів, а й вираження дизайнера як особистості. Колекція – це медіум творчості, бачення та емоцій дизайнера, а також його заява-висловлювання про переконання і цінності:

- платформа для комунікації ідентичності
- матеріальна репрезентація та маніфестація внутрішнього світу свого творця
- рефлексія життєвого досвіду
- вираз власної позиції: соціальної, культурної та політичної, вираз реакції та незгоди
- інструмент для привернення уваги до нагальних питань, підвищення обізнаності і активізму
- спосіб сприяння інклюзивності та різноманітності, кидання виклику статусам-кво
- форма сублимації

Зрештою, модну колекцію можна розглядати як інформаційну та емоційну історію дизайнера, його особистісну річ з усіма присутніми у ній сентиментами. Як зауважує Ф. Діффенбахер, крім технічного зображення проєктуального чи управлінського процесу створення колекції, «більш

інтимний процес, який говорить про те, як дизайнер розробив власний особливий підхід і мислення в основному залишилися незадокументованими»¹¹⁵. У свою чергу, дослідження натхнення японських та європейських дизайнерів С. Ч. Джо Ау, Г. Тейлор, Е. В. Ньютон. на основі численних інтерв'ю демонструють п'ять головних факторів, що впливають на процес проектування модельєрів: естетичний, історичний, соціокультурний, психологічний і маркетинговий.¹¹⁶

Зокрема весняна ready-to-wear 2018 колекція французького дизайнера Сімона Порта Жакмюс стала присвятою його матері, яка загинула в автокатастрофі, коли він ще був дитиною. Критики відзначили особливу м'якість силуетів, що вкрай нетипова для стилю дизайнера, однак, за словами Жакмюса, вони були натхненні спогадами про щасливе дитинство з матір'ю у французькому селі за межами Марселя. «Одного літа я дивився на фотографію своєї матері, яка йшла через порт ... неї був шарф навколо голови, і ці керамічні сережки — і парео, пов'язане навколо неї. Вона завжди була усміхнена і щаслива. ... «Я оглянув її будинок — ручки, ключі від дверей, рослини»¹¹⁷. Ця кінематографічна ностальгія-присвята стала способом пам'ятання і фізичним архівом вислазуючого минулого.

Натомість Ліванська дизайнерка Олександрю Шукер через власну колекцію «The Unfolding» впроваджує незвичний концепт «Візуальний діалог із травмою», де показує власну вразливість і сублимацію над трагічною подією її країни. Колекція-перформанс стала спробою переосмислити події вибуху у Бейрутському порті і отримати зцілення у практиці катарсису через мистецтво. «Виріши в Лівані, країні, де панує

¹¹⁵ Dieffenbacher, F. (2013) Fashion Thinking – Creative approaches to the Design Process. Bloomsbury Publishing. с. 10

¹¹⁶ Au, J., Taylor, G., Newton, E. W. (2003) How are European and Japanese Fashion Designers Inspired? The Journal of The Textile Institute, 94: 1-2, с. 12-31

¹¹⁷ Jacquemus Spring 2018 Ready-to-Wear [Електронний ресурс.] - Режим доступу: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2018-ready-to-wear/jacquemus>

хаос, я шукаю відповіді на те, як впоратися з травмою та досягти почуття причетності за допомогою мистецтва; перевизначення особистого на універсальне, деструктивного на конструктивне. Це підштовхнуло мене до творчої подорожі; інстинктивно висловлюючись мовою без слів і чисел»¹¹⁸, - пояснює дизайнерка і додає: «Можливо, реконструкція та «колаж» одягу насправді є метафорою реструктуризації зруйнованого середовища та знищеного «я», щоб нарешті вилікувати останнє»¹¹⁹.

Імплементування власних історій у канву модних колекцій стало популярною практикою останніх років. Так звана техніка сторітелінгу слугує новою моделлю побудови зв'язку між брендами та їх цільовою аудиторією. М. Велар пояснює, що «В історіях є точка зустрічі, оскільки вони містять універсальні цінності та ідеї, які стосуються кожної людини»¹²⁰ і наголошує, що практика розповідання історій є дуже давнім способом комунікування про власне розуміння і бачення себе та світу. Відтак, у своєму тексті вона наводить аргумент дослідників Ж. Ліповецького і Б. Реморі, що завдяки концепції сторітенгу бренди й дизайнери перетворилися на культурних агентів.¹²¹ Однак, даний концепт сторітелінгу піддається критиці через його умовність і наближення до продукування емоційних симулякрів. Часто за мотивацією розповідання історії стоїть не тільки емоційна, а й маркетингова та комерційна складові, які в першу чергу орієнтовані на задоволення потреб клієнта і ринок.

¹¹⁸ [Електронний ресурс.] - Режим доступу:

<https://fashiontrustarabia.com/how-fashion-can-restructure-a-destroyed-self/>

¹¹⁹ там само

¹²⁰ [The use of master plots in luxury fashion brands' storytelling: A Case Study of Chanel, Dior and Saint Laurent] [Електронний ресурс.] - Режим доступу:

https://www.academia.edu/38607870/The_use_of_master_plots_in_luxury_fashion_brands_storytelling_A_Case_Study_of_Chanel_Dior_and_Saint_Laurent ст. 2

¹²¹ там само ст. 3

РОЗДІЛ III. АНАЛІЗ ПОЛІТИЧНИХ ПОВІДОМЛЕНЬ У СУЧАСНИХ КОЛЕКЦІЯХ ГРУЗІЇ ТА УКРАЇНИ

У фінальній частині свого диплому я зосереджуюсь на аналізі трьох колекцій сучасних дизайнерів Грузії та України, а саме: «Family and war» Vetements Весна/Літо 2019 Демни Гвасалія, «ОУМА» 2021 Поліни Веллер у співпраці з митцем Рустемом Скибіним, а також колекції Осінь/Зима 2022 Жана Гріцфельдта в рамках Берлінського Mercedes-Benz Fashion Week. Попри те, що дані колекції є важливими через вміст у них німих політичних висловлювань авторів щодо соціо-політичних змін в їх державах, вони також, на мою думку, знаменують зміну погляду на моду з явища поверхневого, що виключно полює за новизною заради комерційного успіху, до феномену, що стає культурною біографією часу й трансляцією соціальних катастроф для глобальної міжнародної аудиторії. Кожна робота є реакцією чи рефлексією відомого дизайнера на загрозові події в Україні чи Грузії, що безпосередньо вплинули на його ідентичність, зокрема національну.

Як зазначалось у першому розділі, модні колекції створюються за принципом привнесення новизни, відповідно, вони вкрай варіативні і виражають дизайнерське бачення чи запит ринку. Водночас кожна колекція виступає впорядкованою збіркою одягу, відтак дана систематичність має свої ознаки. Саме порівняння основоположних характеристик, що є спільними при розробці для усіх колекцій, незалежно від її виду, становитимуть підґрунтя мого компаративного аналізу трьох відібраних колекцій.

Відтак, я рухатимусь від базових номінальних ознак колекцій до порівняння інтерпретованих у них повідомлень.

1. *Сезонність*: колекції створюються для певного конкретного сезону, наприклад, весна-літо або осінь-зима, відповідно від цього залежатиме вибір тканини, кольорів та стилів, характерних для тих чи інших погодних/кліматичних аспектів.

Колекція «Family and war» Vetements 2019 - належить до сезону весна - літо, модний подіумний одяг Ж. Гріцфельдта в рамках Берлінського Mercedes-Benz Fashion Week 2022 - представляє колекцію осінь-зима 2022, натомість «ОУМА» 2021 є позасенною колекцією, що розроблена для спеціального карантинного формату Ukrainian Fashion Week «No Season 2021».

2. *Сегмент ринку та цільова аудиторія*: типи ринків відповідають сегментам індустрії моди - haute couture, prêt-à-porter та fast fashion, цільова аудиторія найперше визначається за статтю, відтак представляються жіночі, чоловічі, змішані та унісекс колекції для різного віку та уподобань стилю.

Колекції «Family and war» Vetements весна - літо 2019 та Jean Gritsfeldt осінь/зима 2022 є змішаними і відповідають типу prêt-à-porter, проте у «ОУМА» 2021 представлено тільки жіночі образи, які за своїм типом належать до арт-фешн колекцій, що не передбачені для носіння в повсякденному житті.

3. *Інноваційний підхід*: дизайнерські стратегії з використанням нетрадиційних елементів/технік, тощо, які підсилюють виразність колекції та акцентують на її унікальності.

П. Веллер презентує поєднання традиційного кримськотатарського мистецтва та конструктивізму, для цього вона використовує незвичайні матеріали такі, як твердий та гнучкий пластик, дерево, а також повторно

старі банери та пакети.¹²² Окрім того, дизайнерка модифікує техніку різьбярства й додає яскраві неонові кольори. Ж.Гріцфельдт розвиває практику свідомої сталої моди, відтак його колекція відзначається мінімалізмом та ретельним підбором екологічних матеріалів. У свою чергу Д. Гвасалія використовує цілий ряд творчих прийомів, щоб передати дух грузинських 90-х. Провідним підходом є запозичення постмодерністських концепцій деконструкції, інтертексту та бриколажу, для підсилення лінкування з тогочасною пострадянською поп-культурою, а також привнесення естетики вуличної повсякденності в дизайн подіумної колекції.

Наступними важливими критеріями порівняльного аналізу є:

5. *Культурні впливи*: процес створення модного одягу зазвичай має джерело інспірації та реферування. Ним можуть виступати як окрема культурна традиція народу/регіону, так і конкретні соціокультурні явища, тощо.

6. *Об'єднуюча естетична концепція*: в даному критерії розглядається, як саме втілюються усі зібрані референси культурних впливів в дизайні одягу. Відтак, об'єднуюча естетика є творчим принципом дизайнера у висвітленні того чи іншого явища, періоду, особистого натхнення чи досвіду.

7. *Цілісність колекції*: цей критерій містить в собі гармонійне поєднання усіх елементів колекції та допоміжного концептуального інструментарію шоу, такого як формат шоу й декорації, підбір моделей, макіяж та зачіски, візуальний та аудіо супровід, перформативність, тощо. У підсумку усі ці елементи повинні створювати цілісну тему, що відповідає естетичній концепції колекції.

¹²² Ukrainian Fashion Week [Електронний ресурс.] - Режим доступу: <https://www.unian.ua/lite/style/ukrainian-fashion-week-u-kiyevi-foto-video-novini-kiyeva-11313053.html>

Однак, дані критерії я розглядатиму через призму ідентичності та біографічних відрізків авторів, щоб підсилити цінність та важливість їх політичного висловлювання.

Ідентичність дизайнерів як сировина політичних висловлювань у колекції

Грузинський дизайнер, Демна Гвасалія, вважається провідним революціонером в модній індустрії останнього десятиліття. Зокрема через висвітлення у своїх роботах резонансних соціальних тем та використання кодів вуличної поп-культури. Станом на травень 2023 дизайнер є креативним директором модного дому Balenciaga, проте до 2014 року він також створював подіумні колекції для власного бренду Vetements. Основним джерелом натхнення Д. Гвасалії є вулиця, суспільство та статуси-кво, яким він постійно кидає виклик, а унікальним підходом є концептуальність переміщення звичайних повсякденних речей в нові контексти, для переосмислення меж та характеру модної індустрії.

Д. Гвасалія народився в грузинському м. Сухумі, яке у 1992 році опинилось в центрі Абхазької війни між сепаратистами, що їх підтримувала Росія та її армія, й грузинами. Воєнні дії супроводжувалась бомбардуванням й етнічними чистками останніх. Відтак, колекція Vetements весна — літо 2019 стала творчим свідченням пережитого дизайнером травматичного досвіду дитинства й дорослішання у воєнній реальності, де авіабомби зруйнували його дім, а він з сім'єю, вимушено втікаючи через Кавказькі гори, набули ідентичності біженців. Станом на 2023 рік Сухумі підпорядковане сепаратистський Абхазії, що офіційно визнана Грузією як окупована Росією територія, відтак, для дизайнера фізично неможливо повернутися до залишків рідного дому, існує тільки

фантомний. Сам дизайнер висловлюється на тему своєї колекції та її зв'язку з дитинством, війною, Грузією наступним чином:

— *«Хто про це знає?»*¹²³

— *«Здається, сьогодні всі говорять про війну, про біженців. І я точно знаю, що це означає. Ця колекція — про моє життя, але також про все, що ви дивитесь на CNN».*¹²⁴

— *«Це нагадує документальний фільм про моє життя», — поділився Д. Гвасалія у інтерв'ю для американського Vogue «Я присвятив цю колекцію Грузії, Грузії, де ми з моїм братом Гурамом разом росли у 90-х, і війні, яка сталася там, де ми жили»*¹²⁵

— *«Це і моя презентація, як грузина, оскільки мені завжди важко було пояснити, звідки я. Або взагалі не знали, про що я говорив, або вважали, що з Атланти, Америки. Я не міг передати моє походження, ідентичність. Думаю, зараз це було вперше, коли вона (ідентичність) лежала, як на долоні, у всіх на виду»*¹²⁶

— *У цьому шоу я вперше міг познайомити всіх зі своєю історією, своєю країною та своїм минулим. Моє дитинство було просякнуте не квітами чи метеликами, а війною. То був важкий час. Але цього разу я можу висловитися не лише перед своїми знайомими, а й перед світом. У мене велика аудиторія, яка слухає, спостерігає за всім, що я створюю. Колекція була моїм способом поважати своє походження та країну, з якої я родом, хоча я там давно не жив»*¹²⁷

Водночас Демна Гвасалія чітко артикулює пропрацювання травматичного досвіду у творчості, самолікування, подолання та трансгресію своїх спогадів. Наведемо ще кілька цитат:

— *«Ми виїхали на машині, але в якийсь момент ми не змогли проїхати далі, тому ми продовжили пішки», — розповідає Демна. «З нами було кілька автоматів Калашникова — мама продала один, щоб купити коня, бо бабуся не могла ходити. Це було страшно» ... «Коли нас підібрав гелікоптер, я подумав, що це було дуже весело, тому що не було*

¹²³Vetements SPRING 2019 READY-TO-WEAR [Електронний ресурс.] - Режим доступу:

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2019-ready-to-wear/vetements#gallery-collecti>

¹²⁴ Як війна наздогнала моду: про особливу колекцію грузинського дизайнера Демне Гвасалії [Електронний ресурс.] - Режим доступу: <https://hromadske.ua/posts/ruzinskii-dizainer-v-parizhi>

¹²⁵ Vetements SPRING 2019 READY-TO-WEAR [Електронний ресурс.] - Режим доступу: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2019-ready-to-wear/vetements>

¹²⁶ Демна Гвасалія: «Впервые я захотел рассказать свою историю» [Електронний ресурс.] - Режим доступу: <https://www.ekhokavkaza.com/a/29394546.html>

¹²⁷What is behind the collection “Family and War” by Demna Gvasalia [Електронний ресурс.] - Режим доступу: <https://georgianjournal.ge/society/34821-what-is-behind-the-collection-family-and-war-by-demna-gvasalia.html>

місця, і мені довелося сидіти ззаду з багажем. Я не міг зрозуміти, чому наша мама плаче»¹²⁸

— «Це був для мене цікавий експеримент — повернутися в минуле і подивитися, як його можна перекласти на мову моди. На цей раз я моду скомбінував з моїм особистим минулим. Я це бачу так само, як своєрідний самоаналіз, частина самолікування»¹²⁹

Відтак, через власну творчість дизайнер намагається привернути глобальну увагу до все ще не вирішених безпекових питань і постійних загроз миру через імперські чи націоналістські амбіції. Важливо відзначити, що Д. Гвасалія зайняв активну і відкриту позицію у підтримці України в контексті Російсько-української війни і є офіційним амбасадором фандрейзингової кампанії UNITED24 з гуманітарного напрямку Rebuild Ukraine для допомоги біженцям.¹³⁰

Поліна Веллер - молода українська дизайнерка, яка в основі своїх робіт закладає референси до мистецтва чи створює їх у партнерстві з різноманітними митцями. Колекція «ОУМА» 2021 була розроблена спільно з кримськотатарським керамістом, Рустемом Скибіном, який через окупацію Криму Росією був змушений евакуюватись зі сім'єю. Батько дизайнерки також походить з півострова, відтак обоє П. Веллер й Р. Скибін об'єднанні глибокою привязаністю до кримськотатарської культури й розуміють катастрофічний вплив війни на їх культурну спадщину, що перебуває на межі навмисного знищення й зникнення з усіма архівами та інституціями в Криму. За останні 80 років корінне населення Півострова пережило й переживає досі дві великі трагедії: депортацію кримських татар у 1944 та російську окупацію 2014 року. Відтак, колекція є способом

¹²⁸How Demna Gvasalia Is Revolutionizing Balenciaga From the Inside Out [Електронний ресурс.] - Режим доступу:<https://www.vogue.com/article/demna-gvasalia-balenciaga-artistic-director-vetements-cofounder-designer>

¹²⁹Демна Гвасалія: «Впервые я захотел рассказать свою историю» [Електронний ресурс.] - Режим доступу: <https://www.ekhokavkaza.com/a/29394546.html>

¹³⁰DEMNA IS SELECTED AS AMBASSADOR FOR UNITED24 [Електронний ресурс.] - Режим доступу https://u24.gov.ua/news/ambassador_demna

привернення уваги до корінного народу Криму, його культури та традицій, які у таких умовах є вкрай вразливими та перебувають під постійною загрозою знищення.

— *«Я змушую нашу фешн-спільноту оцінити Крим і надати йому ще більше світла», - П. Веллер.¹³¹*

— *«Цінність знань важлива не лише для історії, а й для розвитку нації, тому спадкоємність і передача знань є головним завданням усіх майстрів-носіїв традицій народу. З великим задоволенням і трепетом передаю цей досвід покоління, продовжуючи виховувати молодь, для якої не байдужа Батьківщина» - Р. Скибін¹³²*

Жан Гріцфельдт - відомий український дизайнер-концептуаліст та засновник бренду Jean Gritsfeldt. Його колекція в рамках Берлінського Mercedes-Benz Fashion Week 2022 стала радше експериментальною й імпровізованою реакцією на повномасштабне вторгнення Росії в Україну, аніж повноцінною рефлексією пережитого досвіду цих подій, як до прикладу вищезгадані дизайнери. Особливістю його роботи є те, що вона була створена усього за 10 днів у партнерстві з берлінськими компаніями Fashion Revolution і Sustainable Fashion Matterz, якими дистанційно керував Ж. Гріцфельдт, знаходячись у бомбосховищах воєнного Києва. Презентація в рамках Берлінського Mercedes-Benz Fashion Week припала на двадцятий день російсько-української війни й виступила потужною адвокаційною інформаційною кампанією на підтримку України.

— *«Український дизайнер Жан Гріцфельдт зараз переживає найгірші часи невизначеності. Він мав бути в Берліні, демонструючи свою колекцію. Однак це було неможливо через війну на його Батьківщині. Після того, як команда, яка стоїть за @fashrev_de, і кілька волонтерів запропонували пошити колекцію з нуля в Берліні, бачення Жана Гріцфельдта могло ожити сьогодні в Берліні»¹³³*

¹³¹Crimean Tatar fashion offers a cultural breakout [Електронний ресурс.] - Режим доступу: <https://archive.kyivpost.com/lifestyle/crimean-tatar-fashion-offers-a-cultural-breakout.html>

¹³² Rustem Skybin: The value of knowledge is important not only for history but also for the development of the nation [Електронний ресурс.] - Режим доступу: <https://drivemusicmedia.co.uk/rustem-skibin-the-value-of-knowledge-is-important-not-only-for-history-but-also-for-the-development-of-the-nation-07-01-2023/>

¹³³ Паляниця, Воля, Мир: дизайнер Жан Гріцфельдт присвятив колекцію війні в Україні [Електронний ресурс.] - Режим доступу:

— «Наша колекція – почуття і відчуття. Це наш захист і броня, наша зброя. Те, у що ми вдягнуті, щоб вибороти світ без війни. У нас війна. 3 мільйони біженців. Тисячі зруйнованих будівель і родин. Слова «як ти?» – як ранкове привітання щодня. Живі – слово, яке волієш почути»¹³⁴

— «Сьогодні моя зброя як дизайнера – інструменти моди. Нині я борюся за те, щоб завтра ми були вільні, сподіваючись на свободу для України та для всіх людей на планеті Земля. Це моя сила і моя місія. Усі люди мають право жити вільно і безпечно у своїх домівках на своїй землі»¹³⁵

Модна колекція як референс до культурної біографії

Для того, щоб перейти до безпосереднього аналізу відібраних мною образів з усіх трьох колекцій та їх подальшого порівняння, на даному етапі необхідно виявити, якою є об'єднуюча естетична концепція кожної колекції та якими референсами послуговуються дизайнери для передачі своїх політичних висловлювань.

Як було вказано вище, дані колекції репрезентують конкретні травматичні події історії Грузії та України, а самі дизайнери рефлексивно повертаються у своє минуле чи безпосередньо транслюють загрозливу воєнну реальність, аби перекласти власний травматичний досвід на мову моди і протидіяти стиранню своєї національної ідентичності. Для розуміння стратегії втілення цього творчого перекладу я послуговуватимусь різноманітними інтерв'ю Д. Гвасалії, П. Веллер й Р. Скибіна та Ж. Гріцфельдта і на їх підставі стверджуватиму, що кожен з дизайнерів використовує за джерело модних кодів власну національну культурну біографію як втілення творчої стратегії для підсилення своїх політичних

<https://kultura.rayon.in.ua/news/498391-palyanitsya-volya-mir-dizayner-zhan-gritsfeldt-prisvyativ-kolektsiyu-vi-uni-v-ukraini>

¹³⁴ Жан Гріцфельдт шокував світ моди вражаючим показом у Берліні [Електронний ресурс.] - Режим доступу: <https://orest.com.ua/fashion/zhan-gricfeldt-shokuvav-svit-modi-vrazhayuchim-pokazom-u-berlini>

¹³⁵ Паляниця, Воля, Мир: дизайнер Жан Гріцфельдт присвятив колекцію війні в Україні [Електронний ресурс.] - Режим доступу:

<https://kultura.rayon.in.ua/news/498391-palyanitsya-volya-mir-dizayner-zhan-gritsfeldt-prisvyativ-kolektsiyu-vi-uni-v-ukraini>

висловлювань. Проте, кожна з колекцій визначена особливим дизайнерським творчим рішенням втілення цього стратегічним підходу щодо способу передачі інформації про національну ідентичність свого автора та репрезентації культури Грузії й України.

П. Веллер керується підходом вивчення кримськотатарської спадщини, у тому числі серед музейних експозицій та фондів. Зокрема саме тому дизайнерка створює творчий тандем з митцем та культурно-історичний консультант, Р. Скибіном. В основу концепції колекції закладені традиційні кримськотатарські атрибути та елементи народного вбрання, а центральне місце займає давня техніка різьблення - ойма, що стала прототипом для розробки видозміненого орнаменту для декорування одягу та сучасної інтерпретації кримськотатарської культури.

Натомість Д. Гвасалія у «Family and war» Vetements весна - літо 2019, відображаючи вуличну воєнну реальність, концептуально послуговується кодами грузинської пострадянської вуличної поп-культури 90-х. За словами дизайнера, він обирає символізм тогочасної популярної культури, щоб наблизити розуміння аудиторії, який візуал переважав у той час, яку він міг передати інформацію про індивіда. Зокрема, його моделі одягнені у модні речі з мілітарно-криміналістичною стилістикою, доповненою відсилками з поп-культури. Окремо варто відзначити іншу сторону підходу використання пострадянської естетики дизайнером, а саме критика бездумного зачарування і ностальгією за нею західною публікою, зокрема через особливу популярність російського дизайнера Гоші Рубчинського, без розуміння загрозливого контексту радянських часів XX століття. Відтак, цей сьогоднішній погляд на грузинські 90-ті також є виявом протесту проти перетворення знаків відображення жорстокої реальності воєнного часу на модні, але пусті симулякри.

— «Бути частиною поп-культури забезпечує вірусність будь-якій темі, тому вірусні аспекти цієї теми можуть мати величезний вплив»¹³⁶- Д. Гвасалія.

За словами моделі шоу Vetements, Ніколоса Чавчавадзе, у даній колекції Д. Гвасалія: «відтворив атмосферу свого дитинства, а це — війна, міграція, окупація, біль і страх, це асоціації на моду 90-х, мілітаризм, кримінальний сленг і побут сухумського хлопчика»¹³⁷

У свою чергу, у колекції Ж. Гріцфельдт використовує не тільки культурні коди російсько-української війни, а й безпосередньо за допомогою конструювання одягу документує перші дні протистояння. Зокрема це пояснюється спрощеністю силуетів, підбором матеріалів та кольорової гама, які у підсумку відтворюють збірний образ людини, що одного ранку прокинулася від вибухів і вже двадцять днів живе від сирени повітряної тривоги до відбою. Окремим референсом до сучасної культурної біографії автора також є той факт, що колекція не була запланованою і виникла як активізм, однак в цьому є чіткий меседж про нестабільність реальності українців, про щохвилинну вітальну загрозу й абсолютно новий спосіб життя, де дизайнер колекції не може безпосередньо перебувати на її презентації, бо ховається від бомб.

«Сьогодні не час говорити про моду, але час показувати наші реалії через моду. Ми не демонструємо нову колекцію та нові образи, бо коли ховаєшся від бомб в укритті, метро чи підвалах, нікого не хвилює, у що ти вбраний. Головне – що ти живий»¹³⁸

Відтак, обрані мною колекції пронизані спільним наративом про вітальну загрозу, фізичне знищення людей і народів Грузії та України.

¹³⁶Demna on the Record: The Balenciaga Designer on the Brand's Controversy and His Path Forward [Електронний ресурс.] - Режим доступу:

<https://www.vogue.com/article/demna-addresses-balenciaga-controversy>

¹³⁷Як війна наздогнала моду: про особливу колекцію грузинського дизайнера Демне Гвасалії

[Електронний ресурс.] - Режим доступу: <https://hromadske.ua/posts/ruzinskii-dizainer-v-parizhi>

¹³⁸Паляниця, Воля, Мир: дизайнер Жан Гріцфельдт присвятив колекцію війні в Україні [Електронний ресурс.] - Режим доступу:

<https://kultura.rayon.in.ua/news/498391-palyanitsya-volya-mir-dizayner-zhan-gritsfeldt-prisvyativ-kolektsiyu-vi-uni-v-ukraini>

Вони об'єднані авторською рефлексією над травматичністю війни і містять виразні політичні повідомлення про національну ідентичність, однак у даному випадку я маю намір віднести їх до окремого типу висловлювань: політичні повідомлення про загрожену національну ідентичність. Адже я припускаю, що завдяки модному одягу індивід може не тільки комунікувати про власну національну ідентичність, а й також повідомляти, що вона знаходиться під загрозою, зокрема через воєнні дії.

У книзі «FashionEast: The Spectre that Haunted Socialism» Дж. Бартлетт піддає аналізу феномену моди в Східній Європі ХХ століття, в тому числі моду періоду Сталіна й вплив його тоталітарного режиму на появу соціалістичного типу вбрання й стилю, вкотре демонструючи як мода в конструюванні одягу відображає соціо-політичний контекст, його так званий *Zeitgeist*.¹³⁹

У свою чергу, соціальна психологиня Глініс Бріквел вивчає феномен ідентичності, що перебуває під загрозою, де головним об'єктом дослідження є індивіди, що зазнали різких та вагомих змін у певний момент свого життя. Причиною таких змін психологиня називає втрату індивідом близької людини або чогось цінного, зміну культурного середовища чи внаслідок пережитого травматичного досвіду - усі ці аспекти на її думку можуть слугувати причиною, чому людина починає відчувати себе кимось іншим; починає набувати іншої ідентичності.¹⁴⁰ Відтак, за Г. Бріквел перешкоди для звичних процесів, що формують цілісну ідентичність, свідчать про її загроженість: «загроза для ідентичності виникає тоді, коли процеси ідентифікації, асиміляції-адаптації та оцінки за якихось причин не можуть дотримуватися принципів послідовності/нерозривності,

¹³⁹ FashionEast: призрак, бродивший по Восточной Европе / Джурджа Бартлетт ; пер. с англ. Е. Кардаш. — М. : Новое литературное обозрение, 2011. — ст.18-21

¹⁴⁰ Breakwell, G.M. (1986). Coping with threatened identities. London: Methuen ст. 13

відмінності/самобутності та самооцінки/самоповаги, які зазвичай керують їх діяльністю».¹⁴¹ Самі загрози можна класифікувати як внутрішні та зовнішні. Внутрішні - прагнення індивіда до зміни власного становища відносно соціальної матриці.¹⁴² Натомість зовнішні загрози пов'язані з будь-якою зміною соціального контексту: зміни характеристики групи та відносин у ній, зміни соціополітичного порядку, режиму, влади, будь що, що стає викликом для функціонування вищезгаданих процесів ідентичності. У будь-якому випадку усі типи загроз змінюють змістові чи ціннісні виміри (або ж одночасно і ті, і ті) ідентичності, перешкоджаючи послідовності й самовираженню та породжуючи виклики для самооцінки, відтак обидва процеси зміни унеможливають збереження індивідом цілості його ідентичності.¹⁴³

Водночас, у моїй роботі я маю на меті використати запропоновану Бріквел концепцію, беручи за об'єкт дослідження не індивіда, а націю - групу індивідів, для яких є важливе визначення, репрезентація їх приналежності та збереження такої колективної ідентичності, особливо в часі загроз. Термін загроженої національної ідентичності, попри трагічний досвід ХХ століття з двома світовими війнами, геноцидами та численними етнічними чистками, а особливо з повномасштабним вторгненням росії в Україну в 2022, як на мене, є неабияк актуальним. Відтак, серед основних загроз для національної ідентичності можна розглядати: збройні конфлікти та війни (в тому числі гібридну та інформаційну), вимушені міграції, глобалізацію, популяризацію космополітизму та активізацію до сепаратизму окремих груп. Усі вони можуть виступати чинниками для втрати цілісності національної ідентичності, які, як зазначала Г. Бріквел, перешкоджатимуть

¹⁴¹ Breakwell, G. (2015) *Coping with Threatened Identities*. 1st edn. Taylor and Francis. [Електронний ресурс.] - Режим доступу: <https://www.perlego.com/book/1642933/coping-with-threatened-identities-pdf>

¹⁴² Breakwell, G. (2015) *Coping with Threatened Identities*. 1st edn. Taylor and Francis. [Електронний ресурс.] - Режим доступу: <https://www.perlego.com/book/1642933/coping-with-threatened-identities-pdf>

¹⁴³ там само

однозначним відповідям на питання: «Чи можете ви продовжувати бути тим, ким ви себе вважаєте?» та «Чи добрим є те, ким/чим ви є?»,¹⁴⁴ або ж призводитимуть до появи так званих мінливих чи мобільних ідентичностей, коли одні можуть втрачати своє домінуюче значення та замінюватися іншими, у новій, змінній ситуації.¹⁴⁵ Відтак, я стверджуватиму, що обрані мною дизайнери через використання концептуальних підходів та культурних кодів держави чи власної травматичної біографії створюють модні колекції з закладеними політичними висловлюваннями для виявлення реакції на загрозу та протидії стирання національної ідентичності Грузії та України.

Інтерпретація візуальних кодів у політичних повідомленнях

Отож, окресливши через складну й травматичну біографію дизайнерів, типологію їх модних висловлювань як повідомлення про загрожену національну ідентичність, варто розглянути подіумні образи, які безпосередньо містять ці політичні повідомлення й проінтерпретувати їх. Для того, щоб розшифрувати візуальні коди на модному одязі я переглянула записи трансляції цих подіумних шоу, окремо проаналізувала кожен вихід та відібрала найяскравіші та найпромовистіші, на мою думку, модні образи з кожної колекції. Також зазначу, що межах цієї інтерпретації я послуговуюсь описовим та біографічним методами, а також критичними статтями модних медіа.

¹⁴⁴ Breakwell, G. (2015) *Coping with Threatened Identities*. 1st edn. Taylor and Francis. [Електронний ресурс.] - Режим доступу: <https://www.perlego.com/book/1642933/coping-with-threatened-identities-pdf>

¹⁴⁵там само

«Family and war» Vetements весна - літо 2019

У межах даної колекції Д. Гвасалії я обрала 4 модних образи, які містять відмінні культурні коди, однак передають загальну естетичну концепцію колекції та її смисловий посил.

1. Перший образ - чоловічий і складається з таких елементів модного одягу, як: тілесний лонгслів, чорні прямі штани, ремінь та класичні лаковані з довгим «носом» черевики. (Додаток№1)

Головні коди зосереджені на тілесному лонгсліві, що за задумом дизайнером повинен імітувати колір людського тіла, на якому «набиті» характерні тюремні татуювання. Зокрема, впізнаваними є «наколки» зірок, куполи Собору Василя Блаженного, що знаходиться на Червоній площі в Москві, ножі та Діва Марія - усе це символізує кримінальну культуру 90-х і є референсом наявності у військах абхазьких бойовиків злочинців та російських солдатів, для яких були характерні такі татуювання.¹⁴⁶

2. Наступним розглядаю жіночий образ, стилізований у довгий чорний шкіряний плащ, шкіряну S&M балаклаву та босоніжки на підборах. (Додаток№2)

За словами самого дизайнера, цей образ є уособленням війни і має ауру агресії.¹⁴⁷ Використання шкіряного матеріалу має прив'язку до стилю 90-х, однак головна увага зосереджена на S&M масці, яка символізує сексуальну фетиш практику поєднання садизму та мазохізму. Відтак, війна жорстока й несе насильство, зокрема сексуальне; вона не має лиця чи людяності, однак завжди знайдуться ті, для кого вона вигідна, хто отримує зиск. Також додаю, що є й інший схожий жіночий образ, що символізував війну та складався з довгої чорної сукні, балаклави та кремезного чоловічого

¹⁴⁶here's why you don't get Vetements | SS2019 Analysis

[Електронний ресурс.] - Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=LZ994oFYba4> [5:28-10:08]

¹⁴⁷Vetements SPRING 2019 READY-TO-WEAR [Електронний ресурс.] - Режим доступу: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2019-ready-to-wear/vetements#gallery-collecti>

піджака. Останній елемент має на меті донести, що за явищем війни завжди стоять «плечі» з владних кабінетів, а не народ. Загалом в межах даної колекції представлено 9 образів з балаклавами, вони репрезентують ефект знеособлення, позбавлення голосу та стирання війною людської ідентичності.

— *«Усі ці маски, які представляють зникнення ідентичності, коли не знаєш, хто насправді ця особистість. Людина ховається за маскою, і в той же час це свого роду фетишна, сексуальна маска, яку люди використовують в рольових іграх»,¹⁴⁸ — Д. Гвасалія*

Водночас, тут також присутній референс до так званих «зелених чоловічків» - російських солдатів, що без спемаркованого камуфляжу заходили на території суверенних держав з метою сепаратистських дій¹⁴⁹.

3. Третій образ є поєднанням тільки двох елементів: чорного світшоту з написом кирилицею «Иди нах*й» та трикотажних штанів в тон. (Додаток №3) Головний меседжем у цій моделі є кричущий протест, що нагадує написи на закинутих будівлях із засудження війни, який звернений до головного спонсора і агресора даної війни його ж зрозумілою для нього мовою. Однак, в колекції також присутні модні предмети з грузинськими написами.

4. Останній обраний мною образ складається з туніки-бомпера із зображенням кумира молодіжної культури 90-х - співака Віктора Цоя, чокеру, клітчастої міні спідниці, гетр та кросівок, які прошивають імітовані патрони. (Додаток №4). Дана модель є уособленням пострадянської молоді, що часто належала до різноманітних субкультур та виступала проти системи. Зокрема постать В. Цоя використана через референс до його знаменитої пісні «Хочу перемен», яка, у свою чергу, набула значення

¹⁴⁸ Демна Гвасалія: «Впервые я захотел рассказать свою историю» [Електронний ресурс.] - Режим доступу: <https://www.ekhokavkaza.com/a/29394546.html>

¹⁴⁹ here's why you don't get Vetements | SS2019 Analysis

[Електронний ресурс.] - Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=LZ994oFYba4> [14:45-15:35]

головного політичного слогану у пострадянському просторі й використовується як символ акцій протесту.

Колекція «ОУМА» 2021

Хочу відзначити, що дану колекцію важко аналізувати через сучасну інтерпретацію П. Веллер та Р. Скибіном традиційного одягу кримських татар саме шляхом модифікації узору й силуету вбрання. Загалом саме використання традиційної техніки «ОУМА», що перебуває на межі зникнення через військову загрозу для корінного населення Криму, що володіє нею, виступає головним меседжем колекції. Водночас, я вибрала дві моделі, які можуть підсилити політичність авторського висловлювання.

1. Перший образ складається з традиційного жіночого головного убору «фес», що дизайнерка створила у червоному кольорі, чорного пластикового корсету, драпірованого червоним орнаментом «оума», що переходить у туніку, червоних нарукавників-орнаментів, чорної спідниці максі та дерев'яних сандалів - налинів, які використовували ще з часів Османської імперії. (Додаток№5)

2. Наступна модель складається з неонові зеленого комбінезону прикрашеного чорним узором та стрічками, що розлітаються, а також з фесу, нарукавників та сандалів - налинів. (Додаток№6) Проте, головним елементом даного образу є неонові жовта маска, з вирізьбленим узором на пластмасовому матеріалі. Вона є як відображенням реальності пандемії, але й також свідченням про втрату кримськими татарами власного голосу на Батьківщині через постійну вітальну загрозу та маргіналізацію Росією.

Обидва образи містять спільний меседж про унікальну незалежну й збережену кримськотатарську культуру та звичаї. Водночас, як зауважують творці колекції, традиційне вбрання корінного населення півострова

відображає мусульманські звичаї й характеризується особливою закритістю та скромністю. Натомість, створений П. Веллер та Р. Скибіним подіумний одяг є демонстрацією, як кримськотатарська спадщина може бути актуалізована та поміщена в загальний дискурс сучасної культури, зокрема через відкриття тіла, привнесення яскравої кольорової гами та креативного дизайну. Наявність критики від консервативної частини громади, за пояснення дизайнерів також є чітким повідомленням про травматизацію населення подіями й втратами 1944 та 2014 років, зокрема й культурних артефактів, архівів, і яке, відтак, понад усе намагається вберегти культуру, консервуючи її.

— *«У нас сформувалася глибока травма, яка не дозволяє нам далі відкриватися і рухатися», — каже Скибін. «Все нове, з точки зору людей, сприймається як якась загроза глобалізації, стирання нашої ідентичності».*¹⁵⁰

Jean Gritsfeldt осінь/зима 2022

Зазначу, що початок шоу відкрила модель, чий жіночий образ у футболці з написом «Україна/Ukraine». Це концептуальне рішення створити збірний образ, який уособлюватиме Україну й на який орієнтуватимуться розробки наступних моделей. Отож, цей образ стане першим в моєму аналізі в даній колекції, також я розгляну ще три інші.

1. Отож, даний подіумний образ складався з таких елементів: темно синя футболка з білим написом «Україна/Ukraine», ліловий лонгслів-боді та чорні кросівки (Додаток№7). Даний комплект можна віднести до категорії домашнього одягу, а також розглядати як збірний образ-алюзію на одяг, в якому шоковані українці зустріли ранок 24 лютого 2022 року. Мінімалістичний білий напис «Україна/Ukraine», зображений на темній

¹⁵⁰Crimean Tatar fashion offers a cultural breakout [Електронний ресурс.] - Режим доступу: <https://archive.kyivpost.com/lifestyle/crimean-tatar-fashion-offers-a-cultural-breakout.html>

тканині футболки постає як символ, що уся країна знаходиться під загрозою. Важливим акцентом виступають кросівки, які модель одягла без використання класичного низу - штанів чи спідниці. Відтак, це можна протрактувати як референс до воєнної реальності перших днів війни, коли у страху за своє життя українці спали взутими.

2. Наступний образ є найбільш яскравим та промовистим у цій колекції. (Додаток№8) Трикотажні топ з білим написом «Мир/Peace» та спідниця максі, що початково були створені у білому кольорі, за задумкою автора перетворились на криваві «струї», а також зимові черевики, які стали невід'ємною складовою вбрання кожної наступної моделі. У даному випадку символізм крові є зрозумілим, однак, важливо звернути увагу на загальний образ моделі. Шкіра її тіла, окрім ніг, пофарбована у червоний колір, це може свідчити, що війна починається з задуму викривленого миру в чийсь «хворій» голові, що прагне запаху і вигляду крові; руки в крові вже звично можна відчитати як причетність до навмисних вбивств цивільного населення. Натомість нижню спідницю, що стилізована під рясну кровотечу можна пояснити як репрезентацію масового згвалтування українських жінок російськими солдатами. Відтак, даний цілісний образ поєднує в собі символізм агресора та його жертви. Однак, головним ж меседжем виступає те, що знак миру є у крові, він під загрозою.

3. Третій обраний мною модний образ складається з мінімалістичного костюму - світло сірих оверсайз блузи, спідниці вільного крою з червоним написом «ПАЛЯНИЦЯ» та зимових черевиків. (Додаток№9). Одразу акцентую увагу, що слово подається тільки українською і зумисно не перекладене на інші мови. «ПАЛЯНИЦЯ» виступає культурним кодом часу російсько-української війни й символізує вербальний інструмент захисту від вітальної загрози. Дане слово є засобом оперування в

категоріях «свій»/«чужий» через неможливість перекладу української ідентичності.

4. Останнім я розглядаю чоловічий кежуал-костюм темного кольору, в який входять штани та футболки з білим написом «Єдність/Unity». (Додаток №10). Загалом даний образ є концептуальним доповненням інших моделей, адже головним задумом автора було створити зручний одяг непримітних кольорів (білого, білогового сірого, темно синього, чорного), що символізує вбрання тих, має єдину мету - вижити. Відтак, мінімалістичні написи «людяність», «любов», «воля», «повага», «свідомість», «сміливість», «незалежність», «щастя», «нове життя», «дяка», «краса», «світло», «голос», «поезія», «пісня» постали як ідея кристалізації сенсів у воєнний час та концентрація на людських цінностях. Провідним меседжем був заклик до свободи України та захисту волі українського народу. Зокрема, за поясненням автора це те, «що варто захищати та за що боротися. Окремо варто ще розглянути напис «поезія», за задумкою Ж. Гріцфельда, він є кодом до входу в культурну пам'ять та артикуляцією важливості збереження культурної спадщини нації, адже в перші дні українська поезія стала джерелом підняття національного духу, зокрема вірш Лесі Українки «Проти всякої надії я сподіваюся», де знайдемо «Я буду сміятися крізь сльози».¹⁵¹

— *«Ми є свідками замаху не лише на життя людини, а й на культурну спадщину народу. Це змушує нас більше берегти і захищати його від агресії»*,¹⁵² — Ж. Гріцфельд

Отже, з розглянутих мною модних образів можна зробити висновок, що Д. Гвасалія, П. Веллер у партнерстві з Р. Скибіним та Ж. Гріцфельдт використовують мову моди для протистояння знищенню й стирання їхньої

¹⁵¹POST-PARIS FASHION What the world wears. [Електронний ресурс.] - Режим доступу:

<https://postparis.com/2022/05/09/jean-gritsfeldt-2022/>

¹⁵² там само

ідентичності. Вони використовують свій глобальний вплив та потужність модної індустрії, аби створити резонанс та привернути увагу широкої громадськості. Водночас, створюючи політичні повідомлення про національну ідентичність, дизайнери не завжди використовують тільки елементи національного костюму чи національні/етнічні символи. Вони також вдаються до візуальної мови моди через залучення різноманітних культурних кодів, які відображають певну реальність. У свою чергу, це створює додаткове ускладнення процесу інтерпретації для індивідів, адже їх процес відчитування безпосередньо залежатиме від рівня вродіння культурних кодів та об'єму культурної пам'яті. Зокрема, при неповній/невідповідній інтерпретації через не брак володіння контекстом біографії дизайнера, однією з можливих реакції на дані колекції буде звинувачення в спекуляції й симуляції резонансними темами для привернення уваги та збільшення прибутку конкретного бренду. Активно використовуючи естетику постмодерну, нерідко окремі елементи розглядають як симулякри. Відтак, це призводить до переважання комерційної цінності колекції над її концептуальністю.

Допоміжний інструментарій

У своїй роботі я розглядаю поняття колекції, а не окремо взятої модної речі, відтак, окрім модного одягу, що безпосередньо містить політичні повідомлення, варто побіжно відзначити й додаткові концептуальні елементи та інструменти її перформативності у публічній репрезентації, які були використані дизайнером для створення цілісної теми та підсилення німого концептуального висловлювання. Саме вони створюють цілісність колекції й підсилюють виразність політичних висловлювань дизайнера.

«Family and war» Vetements Весна/ Літо 2019

Колекція високої моди Д. Гвасалія символічно презентувалась під паризьким мостом Régiphérique, де розбиті імпровізовані табори біженців з Близького Сходу та Африки, щоб, як зазначила редакторка Vogue, Сара Мувер, вказати куди насправді потрібно дивитися.¹⁵³ Сам подіум стилізований під традиційний грузинський стіл й застелений білою скатертиною. Відтак дизайнеру вдалось передати також меседж про те, що війна і колективний агресор пройшовся насильством по грузинській гостинності й традиціям, зруйнувавши родинну атмосферу і розділивши рідних, які вже навряд чи зберуться разом за таким великим столом. Вище я описувала образ війни, однак сам дизайнер, одягнений в день показу у футболку з зображенням простріленої наскрізь мішені, реферував до моделі-війни, вказуючи: «я сам став (її) мішенню».¹⁵⁴ До слова, моделі, які презентували модний одяг, також відображали концептуальний задум автора, адже усі були виключно грузинами, які народилися на початку 90-х. Їх зовнішній вигляд був продуманим до найменших деталей, наприклад модель, що демонстрував лонгслів з кримінальними татуваннями мав коротку-тюремну стрижку. Водночас найконцептуальнішою деталлю шоу визнали задум Д. Гвасалії вбудувати в кожну модну річ колекції QR-коди, що спрямовують глядачів на статтю у Вікіпедії про «Етнічні чистки грузин в Абхазії»¹⁵⁵

«ОУМА» 2021

Попри те, що головна концепція колекції Поліни Веллер та Рустема Скибіна полягала саме у творчій інтерпретації майже забутої техніки

¹⁵³ Vetements SPRING 2019 READY-TO-WEAR [Електронний ресурс.] - Режим доступу: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2019-ready-to-wear/vetements#gallery-collecti>

¹⁵⁴ Vetements SPRING 2019 READY-TO-WEAR [Електронний ресурс.] - Режим доступу: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2019-ready-to-wear/vetements#gallery-collecti>

¹⁵⁵ Vetements SS19 collection teaches wearers the history of Georgia [Електронний ресурс.] - Режим доступу: <https://www.dezeen.com/2018/07/04/vetements-app-teaches-users-history-georgia-fashion-design/>

Ойма, автори також подбали про розширення елементів кримськотатарської культури поза межами предметів модного одягу. Відтак, варто звернути увагу на зачіски моделей - заплетені коси, що символізують незаміжніх дівчат. Для презентації модного шоу також була використана кримськотатарська мелодія, мікс традиційної та електронної музики, що її спеціально написав композитор, Ісмаїл Курт-Умеров, надихаючись мотивом пісні «Емір-Джелал».¹⁵⁶

Jean Gritsfeldt осінь/зима 2022

Початок шоу Ж. Гріцфельдт під час тижня моди в Берліні відзначилось відеозверненням дизайнера зі словами, що важливість використання моди як голосу. Після його слів у залі вимкнули світло, натомість було чутно імітацію звуків вибухів та розбитого скла. Згодом увімкнули сирену як символ сигналу небезпеки і загрози обстрілу з повітря. Опісля на сцені з перфоматичним танцем з'явилася перша напів одягнена модель у футболці «Україна/Ukraine» як уособлення колективної України, яку розбудила війна. Наступні моделі демонстрували традиційні й набуті у перші воєнні дні цінності та сенси. Цікаво, що моделями виступили люди різного віку та рас, як репрезентація різноманіття населення країни, що потерпають від війни. У тому числі колекцію презентували українські моделі з Криму та ті, що стали біженцями в Берліні, білоруски, як символ єдності населення у протистоянні збройній агресії; закривала шоу манекенниця з Луганська, який окупований Росією з 2014¹⁵⁷.

¹⁵⁶ Crimean Tatar fashion offers a cultural breakout [Електронний ресурс.] - Режим доступу: <https://archive.kyivpost.com/lifestyle/crimean-tatar-fashion-offers-a-cultural-breakout.html>

¹⁵⁷ "Fashion Should Talk About Important Things": Ukrainian Designer Jean Gritsfeldt On His Powerful Show [Електронний ресурс.] - Режим доступу: <https://www.vogue.co.uk/fashion/article/ukrainian-designer-jean-gritsfeldt>

Окремим доповненням до модних образів стали макіяж, що нагадував синці під очима, сльози та білу-трупну шкіру після діб в підвалі, а також стилізовані брудні-зачіски. Музичним супроводом шоу постала українська етно-електронна музика, а візуальним - відображені на проекторі фото подій перших 20-ти днів війни, відомих особистостей, хто підтримав Україну, а також відеоролик про історію, культуру й їх українських діячів. На завершення шоу з'явилася модель у білій сукні, що нагадувала голубку - символ миру, а за нею усі інші моделі шоу розтягнули гігантський український прапор.

Отож, проаналізувавши колекції Демни Гвасалії, Поліни Веллер у тандемі з Рустемом Скибіним та Жана Гріцфельтда, я дійшла висновку, їхні збірки модного одягу є створені як репрезентації питання загроженої національної ідентичності. Вони послуговуються різноманітними відмінними візуальні/аудіо та іншими елементами й інструментами чи прийомами, однак, кожен з них зосереджений на культурних кодах своєї держави. Відтак, ці коди виступають медіумом й маркером конкретної соціо-політичної чи історичної реальності, а сам модний одяг набуває ознаки артефакту, через який транслюється дух часу.

Також, зусиллями дизайнерів, що «втілились» у їх модному одязі через політичні повідомлення було привернуто увагу громадськості не лише до травматичних й загрозливих подій та чинників, що несуть вітальну загрозу українській та грузинській ідентичності через війну, але й висвітлено ряд інших важливих викликів. Зокрема «Family and war» Vetements Весна/Літо 2019 порушила питання проблеми романтизації пострадянської естетики західним суспільством; Колекція «ОУМА» 2021 продемонструвала відхід від принципу консервування культури й використання технологічного прогресу задля просування техніки оями як самостійного виду мистецтва. Натомість, Jean Gritsfeldt осінь/зима 2022 акцентує на соціальному впливі

й інструментах модної індустрії, а також своїм прикладом демонструє переосмислення концепту смерті автора, коли він помирає не від постмодерністської критики, а від реальної вітальної загрози, що несе війна. Дизайнер комунікує про зміну сенсів в людському житті, де першочергове місце посідають цінності. Цінності життя, свободи та незалежності посідають чільне місце у кожній з розглянутих колекції, зокрема це є безпосереднім впливом війни, адже як пояснює історик, Тімоті Снайдер, особливістю війни попри руйнацію та насильство, також є те, що вона виступає як механізму очищення й повернення до першочергових цінностей: життя й миру.¹⁵⁸ Таким чином колекцію як репрезентацію загрозливого травматичного досвіду, зокрема для національної ідентичності, в контексті симулякрів варто сприймати як виникнення поняття антисимулякру.

Відтак, я стверджую, що дані колекції є прикладом, що попри прибутковий характер колекції, дизайнер не завжди продукує симулякри, однак через дизайн власних модних витворів він артикулює німе висловлювання про загрозу для власної ідентичності, його нації, а також про важливість фігури та біографії дизайнера й цінність самої колекції, попри її модний характер. Саме через модний подіумний одяг дизайнер знаково відображає конкретну реальність й привертає увагу до резонансних соціо-політичних викликів.

¹⁵⁸[Місце цієї війни в історії людства | Снайдер, Фергюсон, Плохій | 17 Щорічна зустріч YES Електронний ресурс.] - Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=Ed1NTrFAN4Q>

ВИСНОВКИ

Одяг як незамінний елемент соціального покрыву людського тіла завжди містив в собі значення і був наділений комунікативною функцією. Досвідчивши появу та історію феномена моди, ми окреслили поняття «модної колекції», яке було сформовано у ХІХ столітті та позначило одяг з біркою, на якій зазначено ім'я дизайнера. У роботі ми розглянули модну колекцію як знакову систему, що належить до ширшого смислового поля ніж мода і містить інформаційно-знакову та репрезентативну функцію.

У ході мого дослідження було з'ясовано, що саме поява дизайнера як суб'єкта модного процесу і використання ним концептуального підходу до проектування модного вбрання ознаменували створення й поширення цільових невербальних, зокрема, політичних повідомлень. Дизайнер після переходу від кустарного ремесла до кутюр'є, що диктує моду і є головним гравцем в модній індустрії, набув статусу культурного агента, що через особисту впливовість і авторитет, відвертість та творчість здатен комунікувати про різноманітні соціо-політичні аспекти та явища. Відтак, модна колекція – це не тільки продукування ексклюзивних модних елементів та втамування апетиту до новизни клієнтів, а й вираження самобутності дизайнера.

У роботі ми прослідкували зміни форматів подіумної моди від *haute couture* до *fast fashion*, що відповідають глобальним та цивілізаційним змінам у суспільстві. Усі три формати співіснують сьогодні і їх об'єднує саме поняття «модна колекція». Відтак, з поширенням глобалізації та масового споживацтва моду найчастіше розглядають у постструктуралістському дискурсі як феєрію кодів та індустрію з продукування симулякрів, що не несе в собі жодної користі. У свою чергу, модні колекції асоціюють як один з головних механізмів привнесення в моду новизни та створення прибутку. Її творчий, подекуди, концептуальний зміст найчастіше

розглядають в контексті естетичних модних форм, на протипагу ідейному змісту, зокрема це відбувається через структуралістський принцип знеособлення автора тексту. Натомість попри глобальний й цифровий характер сучасного світу, фігура автора є важлива й впливає на якість комунікації й інтерпретації значень, закладених ним у дизайн модного одягу. Водночас, моду як знакову систему можна досліджувати як засіб комунікації про ідентичність, тому що дизайнер завжди пов'язаний з певним контекстом: біографічним, історичним, національним, політичним. У роботі було продемонстровано, як дизайнер, оперуючи творчими концептуальними прийомами й використовуючи візуальну мову моди та різноманітні культурні коди через розробку модного вбрання як пустої дошки для обміну, значеннями здатен створювати та просувати політичні повідомлення. Зокрема політичні повідомлення в моді можуть поділятися на різні типи, такі як: повідомлення про гендер і права людини, у тому числі висвітлюючи проблеми расової дискримінації; екологію і стан довкілля, соціо-політичні виклики та повідомлення про національну й культурну ідентичності. Однак, як я виявила, політичні повідомлення різних типів є об'єднані спільною компонентою - загрозою, зокрема загрозою для національної ідентичності дизайнера і його нації. Відтак, розглядаючи модні колекції як особисту річ дизайнера, можна стверджувати, що завдяки концептуальному підходу, дана колекція виступатиме засобом протидії загрозі стирання його ідентичності.

Також у своїй роботі я проаналізувала три модні колекції сучасних грузинських й українських дизайнерів - «Family and war» Vetements Весна/Літо 2019 Демни Гвасалія, «ОУМА» 2021 Поліни Веллер у співпраці з митцем Рустемом Скибіним, а також колекції Осінь/Зима 2022 Жана Гріцфельдта в рамках Берлінського Mercedes-Benz Fashion Week. З одного боку, вони об'єднані вітальною загрозою фізичного знищення

людей і народу, а з іншого є рефлексією дизайнера над травматичністю війни для його власної ідентичності. У підсумку, я дійшла висновку, що попри використання різних стильових й концептуальних рішень та послуговування різними культурними кодами і референсами, усі три колекції об'єднані спільним меседжем про заклик протидіяти загрозі та усі не дати стерти національну ідентичність. Відтак, звертаючись до біографії кожного з дизайнера й аналізуючи крізь цю біографічну призму їх колекції я стверджую, що концептуальна мода містить в собі обидві складові: комерційну та смислову, а модний одяг може виступати як симулякром, так і антисимулякром. Головним розрізненням стане відповідність у індивіда об'єму культурної пам'яті та розуміння культурних кодів, що складають основу даних колекцій.

ДОДАТКИ

Додаток №1



фото взято з офіційного сайту Vetements

Додаток № 2



фото взято з офіційного сайту Vetements

Додаток № 3



фото взято з офіційного сайту Vetements

Додаток № 4



фото взято з офіційного сайту Vetements

Додаток № 5



фото взято з офіційного сайту Ukrainian Fashion Week

Додаток № 6



L

фото взято з офіційного сайту Ukrainian Fashion Week

Додаток № 7



фото взято з сайту Fashion Network

Додаток № 8



фото взято з сайту Fashion Network

Додаток № 9



фото взято з сайту Fashion Network

Додаток № 10



фото взято з сайту Fashion Network

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Edwards, T. (2010) Fashion In Focus. 1st edn. Taylor and Francis. [Електронний ресурс.] - Режим доступу: <https://www.perlego.com/book/1607145/fashion-in-focus-concepts-practices-and-politics-pdf> ст. 1
2. Георг Зиммель. Избранное. Том 2. Созерцание жизни — М.: Юрист, 1996.— ст.. 268
3. Веблен Т. Теория праздного класса / Т. Веблен; перевод с англ. - М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2011 – ст. 48
4. Гофман А. Мода и люди: новая теория моды и модного поведения.-3-е изд.—СПб.: Питер, 2004.—С.
5. Барт Р. Система Моды. Статьи по семиотике культуры.-М., 2003.— ст. 23
6. D.J. Cole, N. Deihl, The History of Modern Fashion From 1850, Laurence King Publishing Ltd, London, 2015. - ст. 10
7. 100 років світової моди [Електронний ресурс.] - Режим доступу: <https://wisecow.com.ua/moda/100-years-worldwide-fashion/>
8. Marketplace icon: the fashion show, Consumption Markets & Culture [Електронний ресурс.] - Режим доступу: https://www.academia.edu/41347065/Marketplace_icon_the_fashion_show
9. Steele, V. (2015) The Berg Companion to Fashion. 1st edn. Bloomsbury Publishing. [Електронний ресурс.] - Режим доступу: <https://www.perlego.com/book/2035688/the-berg-companion-to-fashion-pdf> .
10. The Story of Haute Couture [Електронний ресурс.] - Режим доступу: <https://theculturetrip.com/europe/france/paris/articles/a-brief-history-of-haute-couture-in-paris/>
11. The History and Significance of Haute Couture [Електронний ресурс.] - Режим доступу: <https://www.lofficielusa.com/fashion/history-of-haute-couture-2019>
12. Developing a Fashion Collection [Електронний ресурс.] - Режим доступу: https://www.academia.edu/16662532/Basics_Fashion_Design_04_Developing_A_Collection ст. 83
13. White, Nicola; Griffiths, Ian (Ed.) The Fashion Business. Theory, Practice, Image Oxford (Berg) 2000. - ст.8
14. Pierre Cardin, the Groundbreaking French Fashion Designer [Електронний ресурс.] - Режим доступу: <https://www.vogue.com/article/pierre-cardin-obituary>

15. Fast fashion: Response to changes in the fashion industry [Электронный ресурс.] - Режим доступа: https://www.researchgate.net/publication/232964904_Fast_fashion_Response_to_changes_in_the_fashion_industry
16. Lefebvre, F. and McAssey, J. (2019). Fashion Design Handbook. London: Thames & Hudson
17. Stasinska, B. (2019). Fashion Collection Concept. Textiles & Clothing Sustainability, 5(1), 1-13.
18. UNCOVERING FASHION DESIGN METHOD PRACTICE [Электронный ресурс.] - Режим доступа: https://www.researchgate.net/publication/291312544_Uncovering_Fashion_Design_Method_Practice_-_the_influence_of_body_time_and_collection ст.24
19. The Fashion Show as an Art Form [Электронный ресурс.] - Режим доступа: ст 13
20. Caroline Evans (2001) The-Enchanted-Spectacle, Fashion Theory, 5:3 - ст. 273
21. The clothed body in fashion and performance [Электронный ресурс.] - Режим доступа: https://mpu.rs/zbornik/pdf/zbornik_7/8.pdf ст 2
22. Fashion performances: Artistic events or experience-based communication tools between Fashion Industry and Market? [Электронный ресурс.] - Режим доступа: <http://www.irisro.org/economics2020january/EgriPetra.pdf> ст.1
23. "Things to be seen": Spectacle and the performance of brand in contemporary fashion shows. About Performance [Электронный ресурс.] - Режим доступа ст.1
24. The Fashion Show: History, theory and practice [Электронный ресурс.] - Режим доступа: https://books.google.es/books?hl=uk&lr=&id=N9LsDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA42&dq=showing+fashion+collections&ots=5pFnBXUKZz&sig=6vINRmzLqCqOY1AYXn6guSW_9Qw&redir_esc=y#v=onepage&q=showing%20fashion%20collections&f=false
25. Cutler, EP. and Tomasello, J. (2015) Art + Fashion. Chronicle Books LLC. [Электронный ресурс.] - Режим доступа: <https://www.perlego.com/book/1092564/art-fashion-collaborations-and-connections-between-icons-pdf>
26. Recognizing the Parallels Between Fashion and Art: [Электронный ресурс.] - Режим доступа: https://digitalcommons.bard.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1088&context=senproj_s2016 ст. 45
27. Fashion Museology: Identifying and Contesting Fashion in Museums [Электронный ресурс.] - Режим доступа:

- https://www.academia.edu/30073125/Fashion_Museology_Identifying_and_Contesting_Fashion_in_Museums ст. 4
28. Yohji Yamamoto and the Museum: A Contemporary Fashion Narrative, Alexis Romano [Электронный ресурс.] - Режим доступа https://www.academia.edu/1455400/Yohji_Yamamoto_and_the_Museum_a_Contemporary_Fashion_Narrative ст. 12
29. Философия моды, Ларс Свендсон . [Электронный ресурс.] - Режим доступа: <http://svendsoncontents.php?id=70936> ст. 16
30. Barnard, M. (2013) Fashion as Communication. 2nd edn. Taylor and Francis. [Электронный ресурс.] - Режим доступа <https://www.perlego.com/book/1598224/fashion-as-communication-pdf>
31. Семиотика Язык. Природа. Культура: Курс лекций учеб. пособие для студ. филол., лингв, и переводовед. фак. высш. учеб. заведений / Н. Б. Мечковская. — 2-е изд., испр. — М. Издательский центр «Академия», 2007. - ст. 6
32. Семиотика. Языки и коды культуры : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Е. Бразговская. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. ст. 105
33. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М.: Добросвет, 2000. - ст. 55
34. Fiske, J. (1990) Introduction to Communication Studies, London: Routledge. - ст. 1
35. Лотман Ю. М. Л80 Семиосфера. — С.-Петербург: «Искусство—СПБ», 2000. — ст. 15
36. Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров. Человек — текст — семиосфера — история. — М.: «Языки русской культуры», 1996.. — ст. 24
37. Fashion today, McDowell, Colin [Электронный ресурс.] - Режим доступа <https://archive.org/details/fashiontoday0000mcdo/page/6/mode/2up> ст. 6
38. TVORCHI вийшли на Бірюзовий хідник "Євробачення" у костюмах з іменами передчасно народжених українських дітей [Электронный ресурс.] - Режим доступа
39. The World In Dress: Anthropological Perspectives on Clothing, Fashion, and Culture, Karen Tranberg Hansen [Электронный ресурс.] - Режим доступа https://www.jstor.org/stable/25064858?searchText=&searchUri=&ab_segments=&searchKey=&refreqid=fastly-default%3Ab7b8eba65b166695b75a4197c06b0f61&seq=11 ст. 6
40. T-Shirt: A Cultural Evolution of Meanings, as a Narrative of Time, Alla Eizenberg [Электронный ресурс.] - Режим доступа

- https://www.academia.edu/33367526/T_shirt_Evolution_of_the_object_a_s_a_narrative_of_time_pdf ст.6
41. Джозеф Кошут, Искусство после философии [Электронный ресурс.] - Режим доступа http://vcsi.ru/files/art_after_philosophy.pdf
 42. Geczy, A. and Karaminas, V. (2017) *Critical Fashion Practice*. 1st edn. Bloomsbury Publishing.[Электронный ресурс.] - Режим доступа : <https://www.perlego.com/book/808516/critical-fashion-practice-from-westwood-to-van-beirendonck-pdf> ст. 94-95
 43. Political statements in Conceptual Fashion [Электронный ресурс.] - Режим доступа: https://www.academia.edu/396286/Political_statements_in_Conceptual_Fashion_The_voice_of_national_sentiments_as_a_self_reference_in_the_Ready_To_Wear_collections_of_Alexander_McQueen_and_Hussein_Chalaian ст.5.
 44. A Sai Ta: ‘It was never really about a pretty dress’ [Электронный ресурс.] - Режим доступа <https://edition.cnn.com/style/article/asai-fashion-interview/index.html>
 45. Vivienne Westwood Showcases Genderless Gowns in 2018 Spring Menswear Collection [Электронный ресурс.] - Режим доступа <https://hypebeast.com/2017/6/vivienne-westwood-spring-2018-menswear-collection-london-fashion-week>
 47. Walter Van Beirendonck Fall 2015 Menswear [Электронный ресурс.] - Режим доступа <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2015-menswear/walter-van-beirendonck>
 48. “Highland Rape” FW 1995 Collection By Alexander McQueen [Электронный ресурс.] - Режим доступа: <https://zerosthoughts.com/2021/11/11/highland-rape-fw-1995-collection-by-ale>
 49. Dieffenbacher, F. (2013) *Fashion Thinking – Creative approaches to the Design Process*. Bloomsbury Publishing. ст. 10
 50. Au, J., Taylor, G., Newton, E. W. (2003) How are European and Japanese Fashion Designers Inspired? *The Journal of The Textile Institute*, 94: 1-2, ст. 12-31
 51. Jacquemus Spring 2018 Ready-to-Wear [Электронный ресурс.] - Режим доступа: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2018-ready-to-wear/jacquemus>
 52. [Электронный ресурс.] - Режим доступа: <https://fashiontrustarabia.com/how-fashion-can-restructure-a-destroyed-self/>

53. The use of master plots in luxury fashion brands' storytelling: A Case Study of Chanel, Dior and Saint Laurent [Электронный ресурс.] - Режим доступа: https://www.academia.edu/38607870/The_use_of_master_plots_in_luxury_fashion_brands_storytelling_A_Case_Study_of_Chanel_Dior_and_Saint_Laurent ст. 2
54. Ukrainian Fashion Week [Электронный ресурс.] - Режим доступа: <https://www.unian.ua/lite/style/ukrainian-fashion-week-u-kiyevi-foto-video-novini-kiyeva-11313053.html>
55. Vetements SPRING 2019 READY-TO-WEAR [Электронный ресурс.] - Режим доступа: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2019-ready-to-wear/vetements#gallery-collecti>
56. Як війна наздогнала моду: про особливу колекцію грузинського дизайнера Демне Гвасалії
57. [Электронный ресурс.] - Режим доступа: <https://hromadske.ua/posts/ruzinskii-dizainer-v-parizhi>
58. Vetements SPRING 2019 READY-TO-WEAR [Электронный ресурс.] - Режим доступа: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2019-ready-to-wear/vetements>
59. Демна Гвасалия: «Впервые я захотел рассказать свою историю» [Электронный ресурс.] - Режим доступа: <https://www.ekhokavkaza.com/a/29394546.html>
60. What is behind the collection “Family and War” by Demna Gvasalia [Электронный ресурс.] - Режим доступа: <https://georgianjournal.ge/society/34821-what-is-behind-the-collection-family-and-war-by-demna-gvasalia.html>
61. How Demna Gvasalia Is Revolutionizing Balenciaga From the Inside Out [Электронный ресурс.] - Режим доступа: <https://www.vogue.com/article/demna-gvasalia-balenciaga-artistic-director-vetements-cofounder-designer>
62. DEMNA IS SELECTED AS AMBASSADOR FOR UNITED24 [Электронный ресурс.] - Режим доступа: https://u24.gov.ua/news/ambassador_demna
63. Crimean Tatar fashion offers a cultural breakout [Электронный ресурс.] - Режим доступа: <https://archive.kyivpost.com/lifestyle/crimean-tatar-fashion-offers-a-cultural-breakout.html>
64. Rustem Skybin: The value of knowledge is important not only for history but also for the development of the nation [Электронный ресурс.] - Режим доступа:

- <https://drivemusicmedia.co.uk/rustem-skibin-the-value-of-knowledge-is-important-not-only-for-history-but-also-for-the-development-of-the-nation-07-01-2023/>
65. Паляниця, Воля, Мир: дизайнер Жан Гріцфельдт присвятив колекцію війні в Україні [Електронний ресурс.] - Режим доступу: <https://kultura.rayon.in.ua/news/498391-palyanitsya-volya-mir-dizayner-zhan-gritsfeldt-prisvyativ-kolektsiyu-viyni-v-ukraini>
 66. Жан Гріцфельдт шокував світ моди вражаючим показом у Берліні [Електронний ресурс.] - Режим доступу: <https://orest.com.ua/fashion/zhan-gricfeldt-shokuvav-svit-modi-vrazhayu-chim-pokazom-u-berlini>
 67. Demna on the Record: The Balenciaga Designer on the Brand's Controversy and His Path Forward [Електронний ресурс.] - Режим доступу: <https://www.vogue.com/article/demna-addresses-balenciaga-controversy>
 68. FashionEast: призрак, бродивший по Восточной Европе / Джорджа Бартлетт ; пер. с англ. Е. Кардаш. — М. : Новое литературное обозрение, 2011. — ст.18-21
 69. Breakwell, G.M. (1986). Coping with threatened identities. London: Methuen ст. 13
 70. Breakwell, G. (2015) Coping with Threatened Identities. 1st edn. Taylor and Francis. [Електронний ресурс.] - Режим доступу: <https://www.perlego.com/book/1642933/coping-with-threatened-identities-pdf>
 71. here's why you don't get Vetements | SS2019 Analysis [Електронний ресурс.] - Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=LZ994oFYba4> [5:28-10:08]
 72. POST-PARIS FASHION What the world wears. [Електронний ресурс.] - Режим доступу: <https://postparis.com/2022/05/09/jean-gritsfeldt-2022/>
 73. "Fashion Should Talk About Important Things": Ukrainian Designer Jean Gritsfeldt On His Powerful Show [Електронний ресурс.] - Режим доступу: <https://www.vogue.co.uk/fashion/article/ukrainian-designer-jean-gritsfeldt>
 74. [Місце цієї війни в історії людства | Снайдер, Фергюсон, Плохій | 17 Щорічна зустріч YES Електронний ресурс.] - Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=Ed1NTrFAN4Q>