

Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Філософський факультет
Кафедра етики, естетики та культурології

МОДА В СИСТЕМІ СУЧАСНОЇ КУЛЬТУРИ
Кваліфікаційна робота за спеціальністю 034 культурологія
на здобуття освітнього ступеню бакалавра культурології

Студентка-виконавець:
ТИХОНЕНКО АЛІНА ВОЛОДИМИРІВНА
IV курс
спеціальність 034 «культурологія»
ОПП «Культурологія»

Науковий керівник:
ПОДОЛЯН ГАЛИНА ПЕТРІВНА
К. ф. н. /доцент

Допущено до захисту:

Зав. кафедри _____

Київ - 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. КУЛЬТУРНО-ІСТОРИЧНИЙ КОНТЕКСТ РОЗВИТКУ МОДИ.....	6
1.1 Становлення моди у різних цивілізаціях: мода як відображення соціального статусу та культурних цінностей.....	6
1.2 Розвиток моди від Ренесансу до Просвітництва: вплив епохи на зміну модних тенденцій.....	18
1.3 Модернізм і мода у ХХ столітті: вплив технологій та глобалізації на моду...	24
РОЗДІЛ 2. ФІЛОСОФСЬКО-КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ МОДИ.....	30
2.1 Мода як засіб самовираження: філософський аналіз.....	30
2.2 Семіотика моди: знаки і символи у моді.....	36
2.3 Постмодерні підходи до моди: мода як інструмент деконструкції суспільних норм і очікувань.....	41
РОЗДІЛ 3. МОДА В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОЇ КУЛЬТУРИ.....	48
3.1 Вплив реклами, кіно та інтернету на моду.....	48
3.2 Вплив глобалізації на сучасні процеси інтеграції модних тенденцій.....	52
3.3 Субкультури і мода.....	55
ВИСНОВКИ.....	59
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	62

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Мода є невід'ємною частиною сучасної культури, яка впливає на різні аспекти нашого життя, включаючи соціальні взаємодії, економічні процеси та культурні цінності. Дослідження моди дозволяє глибше зрозуміти, як формуються та змінюються суспільні норми, ідеали краси, а також як ці процеси відображаються у повсякденному житті. Культурна значимість моди полягає в тому, що вона є відображенням культурних змін та цінностей різних епох. Вивчення історичних етапів розвитку моди допомагає зрозуміти, як суспільства використовували одяг і стиль для вираження ідентичності, соціального статусу та політичних поглядів.

Економічний вплив моди не можна недооцінювати. Індустрія моди є однією з найвпливовіших у світі, створюючи мільйони робочих місць і генеруючи значні доходи. Аналіз впливу моди на економіку допомагає зрозуміти, як глобальні ринки, споживчі тенденції та технологічні інновації формують сучасну економіку. Мода впливає на виробництво і споживання, а також на глобальні процеси інтеграції модних тенденцій. Соціальні взаємодії теж значною мірою залежать від моди. Вона відіграє важливу роль у самоідентифікації, соціальній інтеграції та комунікації. Розуміння моди як соціального феномену дозволяє дослідити, як люди використовують одяг і стиль для вираження свого внутрішнього світу, належності до певної групи чи відмінності від інших. Сучасна мода не тільки відображає індивідуальні вподобання, але й створює нові тренди, що впливають на поведінку та свідомість людей.

Таким чином, тема дослідження «Мода в системі сучасної культури» є надзвичайно актуальною. Вона дозволяє глибше зрозуміти багатовимірний вплив моди на суспільство, економіку та культуру, а також виявити ті механізми, які стоять за формуванням модних тенденцій і їхньою еволюцією у різні історичні періоди.

Ступінь наукової розробки теми. У сучасному світі науковці, зокрема з США, Франції та Німеччини активно досліджують проблемне поле моди. Зокрема, у різний час до цієї сфери дослідження зверталися такі вчені, як Р. Барт, Ж. Бодрійяр, Г. Блумер, П. Бурдьє, Т. Веблен, І. Кант. Сьогодні серед українських дослідників, які спеціалізуються в цій галузі, можна назвати таких: Л. Губаль, І. Кущик, М. Мельник, Ю. Савченко, Д. Сурвілайте, В. Токаченко, Р. Чигур, Ю. Шестопалова та інші. Їхній науковий інтерес переважно зосереджений на визначенні сутності та змісту моди, встановленні різних аспектів її функціонального потенціалу та можливих напрямів його конструктивного застосування, а також пошуку найбільш адекватних теоретичних конструкцій, що дозволяють комплексно інтерпретувати виникнення та розвиток цього соціального явища/інституту.

Об'єктом дослідження є мода як соціокультурний феномен.

Предметом дослідження є еволюція моди у руслі сучасних культурно-історичних трансформацій.

Метою дослідження є комплексний аналіз моди як соціокультурного феномена, визначення її ролі та значення в системі сучасної культури, а також дослідження впливу історичних, економічних, соціальних і технологічних факторів на розвиток модних тенденцій.

У відповідності із означеною метою передбачається виконати такі **завдання:**

- дослідити етапи розвитку моди від давніх цивілізацій до сучасності;
- осмислити природу моди як засобу самовираження через розгляд її значення у житті людини на основі філософсько-культурологічних підходів;
- вивчити значимість впливу субкультур на розвиток моди, створення нових стилів та тенденцій, що відрізняються від мейнстрімної моди;
- проаналізувати потенціал моди як інструмент деконструкції суспільних норм і очікувань;
- визначити основні тенденції та механізми, що формують моду та

їхній вплив на сучасне суспільство.

Практичне значення: результати дослідження можуть бути використані в області філософсько-культурологічних студій індустрії моди, при розробці інформаційних матеріалів.

Методологія дослідження формувалася загальним задумом роботи, її логікою, цілями та завданнями. *Системний підхід*, що дозволив проаналізувати обраний об'єкт дослідження як цілісне явище у всьому різноманітті культурних, історичних та соціальних чинників; *порівняльно-історичний метод* дозволив простежити становлення розвитку моди та порівняти модні тенденції у різних культурах і історичних періодах; *семіотичний аналіз* використовувався для вивчення знаків і символів у моді, *контент-аналіз* допоміг дослідити ролі медіа у формуванні модних тенденцій, *аналіз* застосовувався для філософсько-культурологічного осмислення моди як засобу самовираження та інструменту деконструкції суспільних норм. Це включало вивчення філософсько-культурологічних текстів та концепцій, що пояснюють значення моди у житті людини і суспільства.

Структура кваліфікаційної роботи: дипломна робота складається зі вступу, 3 розділів, що включають 9 підрозділів, а також загальних висновків та списку використаної літератури. У вступі обґрунтовано актуальність дослідження, визначено його об'єкт, предмет, мету, завдання та практичне значення. У висновках підведено підсумки роботи. Обсяг основного тексту роботи становить 61 сторінку основного тексту, список використаних джерел включає 77 найменувань.

РОЗДІЛ 1. КУЛЬТУРНО-ІСТОРИЧНИЙ КОНТЕКСТ РОЗВИТКУ МОДИ

1.1 Становлення моди у різних цивілізаціях: мода як відображення соціального статусу та культурних цінностей

Історія розвитку людства – це не лише хронологічний перелік фактів, дат та подій. Це розуміння того, чим жили люди в той чи інший час, яка мотивація була в них для тих чи інших дій, що вважалося модним та престижним. Еволюцію моди можна спостерігати, зокрема, на прикладі історії людського одягу. З найдавніших часів і до сьогодні він виступає своєрідним дзеркалом, в якому відбивається вся історія людства. Не викликає сумніву той факт, що поняття моди існувало ще в давні часи розвитку людської цивілізації.

Стародавній Єгипет, одна з колисок цивілізації, був суспільством, глибоко вкоріненим в ієрархію і традиції. Для єгипетської моди було характерним використання льону - тканини, яка добре підходила для спекотного і посушливого клімату регіону [1]. Льон виготовляли з рослини льону, яку вирощували на родючих берегах Нілу. Якість льону дуже різнилася: найтонший, майже прозорий льон призначався для еліти, тоді як грубіше плетіння використовували нижчі класи. Чоловіки зазвичай носили кілти, відомі як шендіт, які часто плісирували для декоративного ефекту. Довжина цих кілтів варіювалася залежно від статусу власника та нагоди. Жінки, з іншого боку, носили облягаючі сукні-футляри, що називалися каласірі, які також виготовлялися з льону. Ці сукні інколи підперезувалися плечовими ремнями і часто носили з накинутою на плечі хусткою або накидкою. Як чоловіки, так і жінки віддавали перевагу білому льону, але заможні могли дозволити собі фарбувати одяг у яскраві кольори або прикрашати його складними візерунками [2].

Значну роль в єгипетській моді відігравали аксесуари. Прикраси із золота, срібла та напівкоштовних каменів, таких як бірюза, сердолік і лазурит,

носили як чоловіки, так і жінки. Це були намиста, браслети, персні та сережки. Перуки також часто носили, особливо еліта, як символ статусу і для захисту від спеки. Широко використовували косметику, зокрема колтун для макіяжу очей, різноманітні олії та парфуми, як з естетичною метою, так і для захисту шкіри від палючого сонця.

У Стародавньому Єгипті мода була не просто питанням особистого смаку, але й потужним символом соціального статусу та релігійних переконань. Фараони та представники знаті вирізнялися своїм вишуканим і багато прикрашеним одягом. Використання золота і дорогоцінного каміння в їхньому вбранні було прямим відображенням їхнього божественного і напівбожественного статусу [3]. Анкх, символ життя та скарабей, що уособлював відродження, були поширеними мотивами в ювелірних прикрасах, що підкреслювало релігійне значення цих прикрас. Колір також мав символічне значення в єгипетській моді. Білий, найпоширеніший колір через природний відтінок льону, символізував чистоту і простоту. Синій і зелений, часто використовувані в одязі еліти, уособлювали родючість і життя, відображаючи важливість Нілу для єгипетського суспільства. Червоний, що асоціювався з силою та життєвою енергією, був ще одним кольором, якому надавали перевагу вищі класи. Символічне використання цих кольорів було не просто декоративним, а просякнуте глибоким культурним і релігійним значенням [4].

Мода в Стародавньому Єгипті була нерозривно пов'язана з культурними та релігійними цінностями суспільства. Одяг і прикраси призначалися не лише для живих, але й відігравали важливу роль у поховальному обряді. Померлих часто ховали з амулетами та прикрасами, які, як вважалося, захищали їх у потойбічному світі, що відображало віру єгиптян у важливість збереження соціального статусу після смерті. Повсякденне життя та церемонії в Стародавньому Єгипті відзначалися використанням специфічного вбрання, яке означало подію та роль власника в ній. Наприклад, під час релігійних церемоній жерці одягали леопардові шкури поверх лляних шат, що

символізувало їхній зв'язок з богами. Регалії фараона, зокрема головний убір немес і уреї (емблема кобри), носили під час державних функцій і релігійних ритуалів, підкреслюючи божественну владу правителя [4].

Стародавня Греція, цивілізація, відома своїм внеском у філософію, мистецтво та політику, мала складну соціальну ієрархію. Грецьке суспільство поділялося на різні класи, на вершині яких були вільні громадяни, за ними йшли метіки (іноземці, що жили в Греції) і раби. Громадяни, чоловіки-землевласники, мали найвищий статус і мали право брати участь у політиці та процесах прийняття рішень. Жінки, навіть ті, що належали до класу громадян, як правило, були виключені з політичного життя і мали обмежені суспільні ролі. Метиси, хоча часто заможні та впливові, не мали тих самих прав, що й громадяни. Раби, які могли бути військовополоненими або народженими в рабстві, займали найнижчу сходинку соціальної ієрархії і не мали жодних політичних прав. Ця стратифікована соціальна структура відображалася в одязі та прикрасах, які носили люди, що слугували чіткими індикаторами їхнього соціального статусу та ролі в суспільстві [5].

Грецька мода відзначалася простотою та елегантністю, підкреслюючи природну красу та людську форму. Одяг зазвичай виготовлявся з вовни або льону, причому льону надавали перевагу в теплу пору року. Найпоширенішим одягом були хітон, пеплос і гіматій. Хітон, різновид туніки, носили як чоловіки, так і жінки, і він міг мати різні фасони. Зазвичай його виготовляли з одного прямокутного шматка тканини, драпірували і скріплювали на плечах фібулами (брошками), а на талії підперізували поясом. Довжина хітону була різною: чоловіки часто носили його коротким, а жінки - довгим, до щиколоток [6]. Пеплос, який носили виключно жінки, був ще одним типом туніки, виготовлений з одного шматка тканини, складеного вгорі, щоб створити двошаровий ліф, і застібався на плечах. Її підперізували на талії, а іноді закріплювали збоку, щоб створити більш приталений вигляд. Гіматій - великий прямокутний плащ, який одягали поверх хітона або пеплоса. Його накидали на одне плече і обгортали навколо тіла, що слугувало універсальним

верхнім одягом, який можна було використовувати для тепла, скромності або навіть як символ інтелектуального чи політичного статусу. Кольори та візерунки в грецькому одязі мали важливе значення. Хоча натуральні, нефарбовані тканини були поширені, ті, хто міг собі це дозволити, носили одяг, пофарбований у різні кольори. Найпоширенішим був білий колір, що символізував чистоту і простоту, але також використовувалися й інші кольори, такі як червоний, жовтий і фіолетовий, які часто означали багатство і статус через вартість барвників. Геометричні візерунки та складні бордюри додавали декоративних елементів до цього одягу, ще більше підкреслюючи соціальний статус власника [7].

У Стародавній Греції мода була важливим показником соціального статусу, статі та суспільних ролей. Диференціація в одязі між чоловіками та жінками була яскраво вираженою, що відображало їхні різні ролі в суспільстві. Чоловічий одяг, часто простіший і коротший, відповідав їхній активній участі у громадському житті та фізичній діяльності [7]. На противагу цьому, жіночий одяг був більш вишуканим і консервативним, що відповідало їхнім основним ролям у домашньому господарстві та релігійних практиках. Соціальний статус також був чітко відображений у грецькій моді. Зможні люди могли дозволити собі вишукані матеріали, яскраві кольори та складні візерунки. Використання ювелірних прикрас, таких як золоті та срібні сережки, намиста та браслети, ще більше вказувало на соціальний та економічний статус людини. Використання гематида філософами та політиками символізувало їхній інтелектуальний та соціальний статус, оскільки цей одяг часто асоціювався з науковцями та елітою. Пеплос, який носили жінки, особливо під час релігійних церемоній, символізував їхній зв'язок з домашнім господарством та роль у підтримці релігійних традицій. Те, як драпірувався і прикрашався одяг, могло свідчити про сімейний стан жінки, її вік і навіть про її чесноти. Наприклад, чим скромніше і вишуканіше оздоблене вбрання, тим вищим був статус жінки та її чесноти [8].

Мода в Стародавній Греції була не просто естетикою, вона була глибоко

переплетена з культурними цінностями та суспільним життям. Греки надавали великого значення поняттю арете, яке охоплювало досконалість і чесноти як душі, так і тіла. Цей ідеал знайшов відображення в їхньому одязі, який підкреслював природні форми і був покликаний підкреслювати, а не приховувати людську статуру. Суспільне життя в Греції було дуже формалізоване, і належне вбрання було необхідним для участі в соціальних, політичних і релігійних заходах. Фестивалі, театральні вистави та громадські зібрання були нагодою, коли вбрання відіграло вирішальну роль у вираженні статусу та дотримання культурних норм. Наприклад, під час Панафінейського фестивалю статуї Афіни презентували новий пеплос, що символізував відданість міста богині та демонстрував найвищу майстерність. Філософські ідеали також вплинули на грецьку моду. Стоїки, наприклад, виступали за простоту і скромність в одязі як відображення своїх філософських переконань. Ця перевага простого, але елегантного одягу була способом вираження їхніх цінностей самодисципліни та раціональності [5].

Давньоримське суспільство, відоме своєю військовою доблестю, архітектурними досягненнями та культурними здобутками, було складно організованим та ієрархічним. На вершині цієї ієрархії стояв імператор, за ним йшов окремий клас патриціїв (аристократичних родин), які володіли значною політичною та економічною владою. Нижче патриціїв знаходилися плебеї, які склали більшість населення, включаючи купців, ремісників і землевласників і землеробів. Вільновідпущеники, колишні раби, які вийшли на волю, займали становище вище рабів, але нижче вільнонароджених громадян. Найнижчу сходинку соціальної ієрархії займали раби, які вважалися власністю і не мали жодних юридичних прав. Ця стратифікована соціальна структура була яскраво відображена в одязі та прикрасах, які носили римляни, слугуючи візуальними індикаторами рангу, багатства та соціального статусу [8].

Римська мода зазнала значного впливу більш ранніх етруських та грецьких стилів, але еволюціонувала, розвиваючи свої відмінні риси. Тога, великий напівкруглий шматок тканини, що драпірувався навколо тіла, став

квінтесенцією одягу римських громадян. Виготовлена з вовни, тога була символом римського громадянства і носили її виключно вільнонароджені чоловіки. Складність тоги та спосіб її драпірування вказували на статус власника: наприклад, тога претекста, прикрашена пурпуровою облямівкою, була зарезервована для магістратів та певних священників. Жінки зазвичай носили столу - довгу сукню, яку застібали на плечах і підперізували поясом на талії, зазвичай поверх туніки. Стола, виготовлена з вовни або льону, відрізнялася за кольором та оздобленням залежно від статусу та статків власниці. Заміжні жінки також носили паллу - хустку, що накидалася на голову або на плечі і символізувала скромність і добродієність [9].

У римській моді важливе значення мали кольори та матеріали. В той час як вовна та льон були поширеними, шовк, імпортований з Китаю, був предметом розкоші, який могли собі дозволити лише найбагатші. Барвники також були важливими; фіолетовий, виготовлений з дорогого равлика мурекса, був кольором, зарезервованим для еліти, що символізував багатство і владу. Римляни також використовували різні аксесуари, такі як прикраси із золота, срібла та коштовного каміння, які слугували для покращення зовнішнього вигляду та означали їхній статус. У римському суспільстві мода була потужним індикатором соціального статусу, політичної влади та громадянства [10]. Тога, зокрема, була важливим символом; сама її наявність вказувала на вільного римського громадянина-чоловіка, відрізняючи його від рабів та іноземців. Різні типи тог вказували на певні ролі та статуси в суспільстві. Наприклад, тогу кандидата, яскраво-білу тогу, носили політичні кандидати, що символізувало їхню чистоту і непідкупність. Жіночий одяг також мав значну символічну вагу. Палантин був маркером сімейного стану жінки та її прихильності до римських ідеалів жіночності. Фата і палла ще більше підкреслювали скромність і респектабельність жінки, основні чесноти в римській культурі. Ювелірні вироби та інші прикраси мали не лише декоративне значення, але й повідомляли про соціальний статус та заможність власника. Наприклад, золоті персні були привілеєм вершницького стану, тоді

як найбагатші патриції могли демонструвати свій статус за допомогою більш вишуканих і численних прикрас [11].

Мода в Стародавньому Римі була тісно переплетена з культурними цінностями та суспільним життям. Римляни надавали великого значення зовнішньому вигляду, вважаючи, що вбрання людини відображає її моральний вигляд і соціальний статус. Суспільне життя в Римі було дуже формалізованим, і належний одяг був необхідним для участі в суспільних, політичних і релігійних заходах [12]. Важливість моди поширювалася і на політичну арену, де одяг відігравав певну роль у суспільному сприйнятті та політичній пропаганді. Політики та оратори часто використовували своє вбрання для створення образу авторитету та респектабельності, дотримуючись традиційних цінностей і норм. Під час тріумфальних процесій полководці-переможці одягали вишукане вбрання, зокрема пурпур і золото, що символізувало їхній успіх і божественну прихильність. У релігійному контексті особливий одяг носили на знак чистоти і відданості богам. Священики та діви-весталки мали особливий одяг, який вирізняв їх і підкреслював їхні священні обов'язки. У повсякденних соціальних звичаях одяг був засобом вираження власної ідентичності та відповідності суспільним очікуванням. Римляни добре розуміли візуальну мову моди і використовували її, щоб орієнтуватися у своєму складному соціальному світі. Бенкети, громадські свята та світські зібрання були нагодою, коли вбрання ретельно підбирали, щоб відобразити статус і прагнення людини [13].

Візантійська імперія, відома як продовження Римської імперії на Сході, проіснувала понад тисячоліття від падіння Західної Римської імперії у 476 році до падіння Константинополя у 1453 році. Візантійське суспільство характеризувалося складною соціальною ієрархією, яка віддзеркалювала його запутані політичні та релігійні структури. На вершині соціальної ієрархії стояв імператор, який вважався одночасно верховним правителем і представником Бога на землі. Імператора підтримувала бюрократична еліта, що складалася з вельмож, високопоставлених чиновників і воєначальників.

Нижче цієї еліти знаходилися вільні громадяни, в тому числі купці, ремісники і селяни, які становили основу економіки. Внизу соціальної ієрархії знаходилися раби і кріпаки, які мали обмежені права і часто були прив'язані до землі, на якій працювали. Це ієрархічне суспільство перебувало під глибоким впливом християнства, яке пронизувало кожен аспект життя та управління, і цей вплив яскраво відобразився на моді та вбранні візантіїців [14].

Візантійська мода славилася своєю розкішшю та складними деталями, що відображало багатство та вишуканість імперії. Основними матеріалами для візантійського одягу були шовк, вовна та льон, причому шовк був найпрестижнішою тканиною, яку часто імпортували з Китаю Шовковим шляхом. Використання шовку стало настільки значним, що імператорський уряд встановив монополію на його виробництво і торгівлю [14]. Сам одяг був складним і багато оздобленим. Чоловіки зазвичай носили туніку під назвою "далматик", яку прикрашали клаві (декоративні стрічки), а іноді вишивкою та дорогоцінним камінням. Поверх туніки могли вдягати плащ, відомий як "хламида", який застібали на плечі за допомогою брошки. Жіноча мода включала довгі туніки, часто багат шарові, з широкими рукавами та складною вишивкою. Серед жінок вищого статусу була поширена "стола" - довгий, струмливий верхній одяг. І чоловіки, і жінки часто носили спідню білизну з льону, яка забезпечувала комфорт і гігієну. Кольори відігравали вирішальну роль у візантійській моді. Фіолетовий, похідний від мушлі молюска мурекса, був найпрестижнішим кольором, зарезервованим виключно для імператора та високопоставлених чиновників. Золото та інші яскраві кольори також були в пошані, їх часто вплітали в тканини або використовували у вишивці. Візантіїці були майстрами текстильного мистецтва, створюючи тканини, які були не лише красивими, але й символізували статус власника [15].

У візантійському суспільстві мода була потужним показником соціального статусу, релігійної приналежності та політичної влади.

Використання розкішних матеріалів, таких як шовк, і наявність вишуканих прикрас були чіткими маркерами багатства і статусу. Наприклад, одяг імператора, особливо "лорос" (вишитий шарф), був покликаний передавати як його верховну владу, так і його божественний мандат [16]. Лорос часто прикрашали дорогоцінним камінням і складними візерунками, що символізувало роль імператора як представника Бога на Землі. Релігійна приналежність також відображалася у візантійській моді. Священнослужителі носили особливе вбрання, яке відрізняло їх від мирян. "Фелонь", тип літургійного вбрання, який носили священники, був багато прикрашений релігійною іконографією, такою як хрести і святі, що відображало священні обов'язки власника [17]. Чернечий одяг був простішим, підкреслював смиренність і відданість, але все ж вирізнявся виразним кроєм і кольорами. Мода також вказувала на політичну владу та приналежність. Високопосадовці та члени імператорського двору носили одяг, який включав певні знаки розрізнення та кольори, що вказували на їхню посаду та ранг. Наприклад, сенатори носили туніки з широкими пурпуровими смугами, тоді як інші чиновники мали особливі візерунки та кольори, що вказували на їхню особливу роль у бюрократичному апараті [14].

Мода у Візантійській імперії була тісно переплетена з культурними та релігійними цінностями імперії. Роль одягу в релігійних церемоніях була дуже важливою, з особливим одягом, призначеним для різних літургійних функцій. Під час богослужінь священнослужителі носили вбрання, які були не лише вишуканими, але й багатими на символіку. Цей одяг, часто виготовлений з найкращих матеріалів і прикрашений релігійними мотивами, слугував для піднесення сакральності ритуалів і візуальної передачі слави Божої [15]. При імператорському дворі мода була засобом вираження влади і легітимності. Пишність вбрання імператора була покликана викликати благоговіння і повагу. Церемоніальне вбрання одягали під час важливих державних заходів, релігійних свят та офіційних церемоній, підкреслюючи божественне право імператора на владу. Придворне вбрання було ретельно

регламентоване, з конкретними настановами, які диктували, що і хто може носити, гарантуючи, що кожне вбрання належним чином відображає ранг і роль власника. У повсякденному житті мода відігравала роль відображення візантійських цінностей скромності та побожності. Хоча еліта виставляла напоказ своє багатство в розкішному одязі, в культурі також існував культурний акцент на скромності, особливо серед жінок. Одяг був сконструйований так, щоб повністю закривати тіло, відображаючи християнські цінності цнотливості та смирення.

Середньовічна Європа, що охоплює період з 5-го до кінця 15-го століття, була періодом, позначеним феодалізмом, ієрархічною системою, де земля обмінювалася на службу та працю. Суспільство було організоване навколо цієї феодальної системи, з королем на чолі, за яким слідували могутні дворяни і лорди, що володіли величезними землями. Середньовічна європейська мода характеризувалася різноманітністю та еволюцією протягом століть. Матеріали, з яких виготовлявся одяг, широко варіювалися залежно від соціального статусу. Вищі класи носили одяг з тонких тканин, таких як шовк, імпортований зі Сходу, і вовна, яка була багато пофарбована і вишукано вишита. Льон використовували для нижньої білизни і для легшого одягу в теплу пору року. Нижчі класи, включаючи селян і кріпаків, зазвичай носили простіший одяг з грубої вовни і льону, пофарбований натуральними барвниками, отриманими з рослин. Стилі одягу в середньовічній Європі значно еволюціонували протягом століть. Ранньосередньовічний одяг був відносно простим і функціональним. Чоловіки носили туніки з рукавами або гетри, а жінки - довгі сукні з приталеними рукавами. З часом одяг став більш вишуканим, особливо для знаті [18]. До Високого Середньовіччя мода стала більш облягаючою та декоративною. Чоловічий одяг включав гуппеланду, довгу, струмливу мантию, часто підбиту хутром, а жіночий - приталені ліфи та широкі спідниці, іноді підкріплені каркасом або обручем, щоб підкреслити фігуру. Кольори відігравали вирішальну роль у середньовічній моді. Яскраві кольори, особливо червоний, синій і зелений, були популярні серед заможних

людей, оскільки барвники коштували дорого і символізували багатство і статус. Закони про розкоші часто регулювали, хто може носити певні кольори і тканини, гарантуючи, що одяг залишався чітким індикатором соціального статусу [19].

Мода в середньовічній Європі була потужним індикатором соціального статусу, роду занять і регіональних відмінностей. Одяг і матеріали, які використовували різні класи, були відмінними: дворяни і заможні купці виставляли напоказ свій статус за допомогою розкішних тканин і вигадливих візерунків. Дворяни часто носили одяг, оздоблений хутром, вишивкою та коштовностями, що не лише демонструвало їхнє багатство, але й передавало їхню владу та престиж. Рід занять також впливав на середньовічне вбрання [20]. Лицарі, наприклад, носили обладунки та плащі, прикрашені геральдичними символами, що вказували на їхній рід та приналежність до певного стану. Ремісники і купці часто носили практичний одяг, пристосований до їхніх ремесел, але в особливих випадках демонстрували своє багатство за допомогою вишуканих тканин і прикрас. Селяни і кріпаки носили міцний, практичний одяг, придатний для ручної праці, з невеликою кількістю прикрас. У середньовічній моді також були помітні регіональні відмінності. Різні регіони Європи мали свої особливі стилі та вподобання, на які впливали місцеві традиції, клімат та доступні матеріали. Наприклад, французький двір був відомий своєю екстравагантністю та впливом на моду, тоді як англійська мода була більш стриманою, але не менш витонченою. Італійська мода перебувала під сильним впливом багатих торговельних зв'язків, що призвело до використання розкішних тканин і вишуканого дизайну [20].

Мода в середньовічній Європі була глибоко переплетена з культурними цінностями феодального суспільства та лицарською культурою. Феодальна система підкреслювала ієрархію та соціальний порядок, що чітко відображалось в одязі, який носили різні класи. Вишукане вбрання знаті було візуальною демонстрацією їхнього статусу та влади у феодальній ієрархії

[21]. Це було не лише предметом особистої гордості, але й способом утвердження домінування та контролю над нижчими класами. Лицарська культура, яка ідеалізувала чесноти лицарства та куртуазного кохання, також мала значний вплив на моду. Лицарі та дворяни дотримувалися кодексу поведінки, який наголошував на честі, хоробрості та ввічливості. Їхній одяг відображав ці ідеали, з вишуканими обладунками та одягом, які мали як функціональне, так і символічне значення. Використання геральдичних символів на одязі та обладунках було способом продемонструвати свою родинну спадщину та досягнення, посилюючи цінності родоvodu та вірності. Релігійний вплив був ще одним важливим аспектом середньовічної моди. Влада церкви означала, що одяг часто мав відображати скромність і побожність, особливо для жінок. Однак релігійні свята та події були приводом для вишуканого вбрання, коли духовенство і миряни одягали свої найкращі вбрання, щоб відсвяткувати релігійні обряди [22].

Отже, дослідження моди з різних цивілізацій — від Давнього Єгипту до Середньовічної Європи — показує, як одяг відображав соціальну структуру та культурні цінності цих суспільств. У Давньому Єгипті мода була чітким індикатором соціального статусу, де якість тканин і прикрас свідчили про становище в суспільстві та релігійні переконання. Грецька мода відображала філософські ідеали гармонії та краси, а одяг показував громадську роль та статеву приналежність. У Давньому Римі одяг був символом громадянства і політичної влади, зокрема, тога була маркером статусу та участі в державних справах. Візантійська імперія відзначалась своєю розкішною модою, яка символізувала багатство, політичну владу та релігійні зв'язки. Оксамит, шовк і коштовні камені були атрибутами імператорської та церковної еліти. У середньовічній Європі мода відображала феодальну структуру та лицарську культуру. Розкішний одяг дворян і лицарів підкреслював їхній статус і відповідність культурним нормам того часу.

Важливість вивчення історичної моди полягає в тому, що вона надає унікальну можливість зрозуміти соціальні і культурні аспекти різних

цивілізацій. Мода слугувала не лише практичною метою, але й була засобом самовираження, способом комунікації соціального статусу та відображенням культурних ідеалів. Досліджуючи еволюцію моди, ми можемо побачити, як розвивались і взаємодіяли різні культури, як вони впливали одна на одну та змінювались під впливом зовнішніх і внутрішніх факторів. Історія моди є важливим аспектом соціальної та культурної історії. Вона дозволяє нам глибше зрозуміти, як люди в різні епохи сприймали себе і своє місце в суспільстві, які цінності вони плекали і як ці цінності відображались у повсякденному житті та урочистих церемоніях.

1.2 Розвиток моди від Ренесансу до Просвітництва: вплив епохи на зміну модних тенденцій

Ренесанс (XV-XVI ст.) та Просвітництво (XVII-XVIII ст.) – два ключові періоди в історії Європи, які залишили глибокий слід у всіх сферах людської діяльності, включаючи моду. Ренесанс, або Відродження, характеризувався відновленням інтересу до античної культури і науки, розвитком гуманістичних ідей і суттєвими досягненнями у мистецтві. Просвітництво, натомість, було періодом інтенсивного розвитку науки, філософії та раціонального мислення, що суттєво вплинуло на всі аспекти суспільного життя, включаючи моду.

У період Високого Ренесансу, що тривав з кінця XV до початку XVI століття, мода в Європі досягла нових висот розкоші та витонченості. Цей період відзначився значними змінами як у чоловічій, так і в жіночій моді, що відображало зміни в естетичних уподобаннях і соціальних структурах. Чоловічий одяг Високого Ренесансу став більш структурованим та мужнім. Чоловіки носили дублети – приталені куртки з широкими плечима, які підкреслювали силу та статуру [23]. Дублети часто доповнювались рукавами, що могли бути знімними або постійними, з багатою вишивкою та декоративними швами. Штани, відомі як шосси, стали коротшими, що

дозволяло показувати ноги, прикрашені стрічками та шкарпетками. Для особливих випадків чоловіки одягали плащі з дорогих тканин, таких як оксамит і шовк, прикрашені хутром та коштовним камінням. Жіноча мода Високого Ренесансу була не менш складною та розкішною. Основою жіночого гардеробу була сукня з корсетом, яка підкреслювала талію та груди. Сукні мали складні конструкції з багатошаровими спідницями, часто підтримуваними кринолінами. Використовувалися дорогі тканини, такі як шовк, атлас та оксамит, часто прикрашені вишивкою, мереживом та коштовностями. Рукави суконь могли бути знімними, що дозволяло змінювати вигляд вбрання без необхідності купувати новий одяг [24].

Італійські та французькі двори мали значний вплив на модні тенденції епохи Високого Ренесансу. Італія, зокрема, була центром моди завдяки своїм розвиненим текстильним містам, таким як Флоренція, Венеція та Мілан. Італійські дворяни та купці інвестували значні кошти в розкішні тканини та модні аксесуари. Мистецтво італійського Ренесансу також відіграло важливу роль у формуванні модних стандартів. Художники, такі як Леонардо да Вінчі та Рафаель створювали ескізи костюмів та аксесуарів, які визначали моду [25]. Французький двір, особливо за правління короля Франциска I, став важливим осередком моди. Франциск I був відомий своїм покровительством мистецтвам і моді, що зробило французький двір еталоном стилю. Французька мода відрізнялася особливою елегантністю та вишуканістю. Вплив французького двору поширювався на інші європейські країни, і багато європейських монархів прагнули наслідувати стиль французької аристократії.

Костюми для особливих випадків у період Високого Ренесансу відзначалися особливою розкішшю та детальністю. На урочисті події, такі як королівські бали, весілля та святкові церемонії, носили вбрання з дорогих тканин, прикрашені дорогоцінними каменями, вишивкою та золотими нитками. Жіночі сукні для таких випадків часто мали складні декольте та довгі шлейфи, які символізували статус і багатство власниці. Чоловіки

носили розкішні плащі та каптани, доповнені коштовними аксесуарами, такими як золоті ланцюги та персні [26].

Щоденний одяг, хоча і був менш розкішним, все ж таки залишався досить вишуканим. Для повсякденного носіння використовувалися простіші тканини, такі як льон та вовна, однак вони також могли бути прикрашені стрічками та вишивкою. Жінки носили простіші сукні з меншою кількістю прикрас, а чоловіки – більш функціональні дублети та штани, що дозволяли виконувати повсякденні обов'язки. Незважаючи на різницю між святковим та повсякденним одягом, увага до деталей та естетика залишалися важливими елементами моди Високого Ренесансу [27].

Епоха Бароко, яка тривала з кінця XVI до початку XVIII століття, стала часом значних змін у культурі, мистецтві та моді. Бароко виникло як реакція на стриманість та раціональність Ренесансу, принісши із собою новий підхід до естетики, що відзначався розкішшю, динамізмом та театральністю. В історичному контексті Бароко співпало з епохою абсолютної монархії, коли такі правителі, як Людовик XIV у Франції використовували мистецтво та моду як засіб демонстрації своєї влади та багатства. Це був час великих геополітичних змін, релігійних конфліктів та економічного зростання, що також знайшло відображення у моді [28].

Основні риси барокової моди включали складні та розкішні костюми, які мали на меті вражати та захоплювати. Одяг був багатошаровим, з використанням дорогих тканин, таких як шовк, оксамит, атлас, та прикрашений вишивкою, мереживом та коштовностями. Жіночі сукні мали великі, пишні спідниці, підтримувані кринолінами, а корсети були ще більш жорсткими, підкреслюючи талію та груди. Чоловічий одяг також став більш розкішним, з широкими плечима, вузькими таліями та багатими декоративними елементами [28].

Монархи та придворні відігравали вирішальну роль у формуванні модних тенденцій бароко. Королі та королеви були головними законодавцями моди, і їхній стиль копіювали по всій Європі. Людовик XIV,

відомий як «Король-Сонце», був одним з найбільших впливових фігур в моді цієї епохи. Його двір у Версалі став центром модних інновацій, де з'являлися нові стилі, які швидко розповсюджувалися серед аристократії. Придворні змагалися між собою у розкоші та вишуканості, створюючи справжні модні покази на урочистих заходах [29].

Перехід від Бароко до Рококо в моді відбувся на початку XVIII століття, коли культурні та соціальні зміни привели до появи нового стилю, що відзначався легкістю, граційністю та витонченістю. Рококо виникло як реакція на важку та драматичну естетику Бароко, прагнучи до більш невимушеного та грайливого підходу до мистецтва та моди. Характерні особливості рококової моди включали використання більш світлих та ніжних кольорів, таких як пастельні відтінки рожевого, блакитного та зеленого [30]. Одяг став менш структурованим, з більш вільними силуетами та м'якими лініями. Жіночі сукні мали легші тканини та більш витончені прикраси, такі як мереживо та стрічки. Корсети залишалися частиною гардеробу, але стали менш жорсткими, а спідниці були пишними, але легшими і мали менше шарів. Чоловічий одяг також став більш легким і менш формальним. Дублети були замінені на більш м'які жакети, а штани стали коротшими та вільнішими. Аксесуари, такі як тростини, капелюхи та рукавички, набули великого значення, доповнюючи загальний вигляд та надаючи йому елегантності [31].

Культура розваг та світських салонів мала великий вплив на моду рококо. Світські салони, які стали популярними в Парижі та інших європейських містах, були місцем зустрічей аристократів та інтелектуалів, де обговорювалися нові ідеї та модні тенденції. Мода цього періоду була створена для демонстрації витонченості та смаку в таких соціальних умовах. Розваги, такі як маскаради, театральні вистави та бали, стали частиною повсякденного життя аристократії, що впливало на розвиток модних стилів, які були невід'ємною частиною цих заходів [32].

Епоха Просвітництва, яка тривала з середини XVII до кінця XVIII століття, була періодом значних змін у культурі, науці та філософії, що суттєво

вплинуло на всі аспекти життя, включаючи моду. Цей період відзначався розвитком раціонального мислення, науки та гуманістичних ідей, що відображалось у більш практичному та функціональному підході до одягу. В історичному контексті Просвітництво стало часом великих змін у суспільстві. Це була епоха великих відкриттів і винаходів, що призвело до розвитку промисловості та торгівлі. Соціальні та політичні трансформації, зокрема зростання буржуазії та поширення ідей демократії і рівності, також вплинули на зміну модних тенденцій. Одяг став менш орнаментованим і більш практичним, відображаючи нові ідеали раціональності та простоти [33].

Основні тенденції моди епохи Просвітництва відображали прагнення до простоти та функціональності. Чоловічий одяг став менш декоративним, із зосередженням на зручності та практичності. В моді з'явилися фраки, що мали більш простий крій, порівняно з попередніми епохами. Штани стали довшими і більш вузькими, а сорочки – менш прикрашеними. Чоловічий гардероб також включав жилети та камзоли, що підкреслювали стриманість і елегантність. Жіноча мода також зазнала значних змін. Сукні стали менш пишними, з більш простими лініями та силуетами. Корсети залишалися популярними, але вони стали менш жорсткими, що дозволяло жінкам відчувати себе більш комфортно. Важливим елементом жіночого гардеробу стали плаття з високою талією, відомі як "роби англесі" та "роби а ла полонез", що мали більш природний вигляд порівняно з пишними сукнями попередніх епох [34].

Філософія та наука мали значний вплив на моду епохи Просвітництва. Раціоналістичні ідеї філософів, таких як Вольтер, Руссо та Дідро, підкреслювали важливість розуму та практичності. Це відображалось у моді, яка стала менш показовою та більш функціональною. Наукові відкриття також впливали на матеріали та технології виготовлення одягу. Наприклад, розвиток текстильної промисловості дозволив створювати більш якісні та доступні тканини. Простота і практичність стали ключовими рисами моди епохи Просвітництва. Одяг став більш зручним та функціональним, відображаючи нові соціальні та культурні ідеали. Водночас, модні тенденції все ще зберігали

елементи елегантності та витонченості, що дозволяло демонструвати статус та смак. Зміни в чоловічій та жіночій моді в епоху Просвітництва відбувалися поступово, відображаючи загальні тенденції до спрощення та раціоналізації. Основні риси чоловічої моди включали використання більш стриманих кольорів та простіших кроїв. Фраки стали основним елементом чоловічого гардеробу, доповнені жилетами та сорочками. Важливим аксесуаром залишалися краватки та шарфи, що додавали елегантності та індивідуальності [34].

Основні риси жіночої моди включали використання більш легких та зручних тканин, а також спрощення крою суконь. Сукні з високою талією стали популярними, оскільки вони підкреслювали природність та простоту. Жінки також почали носити більш зручні капелюшки та прикраси, які були менш показними, але все ще витонченими. Англійська та французька мода мали великий вплив на формування модних тенденцій епохи Просвітництва. Французька мода, як завжди, відзначалася витонченістю та елегантністю, тоді як англійська мода підкреслювала практичність та стриманість. Англійські костюми, зокрема, стали символом нової буржуазної естетики, що підкреслювала важливість раціональності та функціональності [34].

Отже, мода від Ренесансу до Просвітництва зазнала значних змін, відображаючи еволюцію суспільства, культури та технологій. В епоху Ренесансу мода акцентувала на відродженні античних ідеалів краси, розкоші та складності в дизайні одягу. Високий Ренесанс приніс розкішні та структуровані костюми, які демонстрували статус та естетику дворів Італії та Франції. Період Бароко підкреслив театральність та багатство, тоді як маньєризм додав елементів витонченості та декоративності. Перехід до Просвітництва відзначився прагненням до простоти, практичності та функціональності. Мода стала відображенням нових ідей раціоналізму, демократичних цінностей та розвитку науки. Одяг епохи Просвітництва був менш орнаментованим, але все ще елегантним і витонченим. Значення модних змін для історії культури полягає в тому, що мода завжди була не лише

засобом вираження індивідуальності, але й індикатором соціальних і культурних трансформацій. Від розкішних дворів Ренесансу до демократичних ідей Просвітництва, зміни в моді відображали ширші тенденції в суспільстві та культурі, впливаючи на розвиток мистецтва, науки та суспільного життя.

1.3 Модернізм і мода: вплив технологій та глобалізації на моду

Модернізм, як культурний та мистецький рух, виник наприкінці XIX – на початку XX століття як реакція на глибокі соціальні, політичні та економічні зміни, що відбувалися в західному світі. Індустріалізація, урбанізація та науково-технічний прогрес кардинально змінили спосіб життя людей, що відобразилося в мистецтві та культурі. Художники, письменники, архітектори та інші творчі особистості прагнули знайти нові форми вираження, що відповідали б духу часу та викликам сучасності. Перші прояви модернізму можна простежити у літературі та образотворчому мистецтві [35].

Модернізм мав глибокий вплив на всі види мистецтва, включаючи літературу, музику, театр, кіно та моду. У літературі модернізм привів до створення нових жанрів та стилів, таких як потік свідомості та фрагментарність наративу. У музиці композитори, такі як Ігор Стравінський та Арнольд Шенберг, експериментували з атональністю та поліритмією, створюючи нові музичні форми. У театрі модернізм проявився через відмову від традиційного театрального наративу та використання символічних і абстрактних сценічних рішень. Промислова революція, що розпочалася наприкінці XVIII століття, значно вплинула на розвиток текстильних технологій та виробництва одягу. Впровадження механізованих ткацьких верстатів, прядильних машин та швейних машин змінило процес виробництва тканин і одягу, зробивши його більш ефективним та доступним. Завдяки новим технологіям текстильна промисловість змогла значно збільшити обсяги виробництва та знизити витрати на виготовлення тканин. Це дозволило робити одяг доступним для ширших верств населення, що стало важливим фактором

у розвитку моди. Механізація виробництва також сприяла виникненню нових текстильних матеріалів, таких як нейлон, поліестер та інші синтетичні тканини, які мали важливе значення для модної індустрії ХХ століття [36].

Масове виробництво одягу стало можливим завдяки впровадженню конвеєрних ліній та стандартизації розмірів, що дозволило знизити вартість виробництва та зробити модні товари доступними для більшої кількості людей. З'явилися великі універмаги та каталоги, що пропонували широкий вибір одягу за доступними цінами. Це призвело до зростання популярності готового одягу та поступової відмови від індивідуального пошиття. Масове виробництво дозволило споживачам швидко оновлювати свої гардероби, що сприяло розвитку модної індустрії та появі нових модних тенденцій. Одяг став не тільки засобом задоволення базових потреб, але й способом вираження індивідуальності та соціального статусу [37].

Впровадження нових матеріалів та технологій у виробництво одягу суттєво вплинуло на дизайн та стиль моди ХХ століття. Синтетичні тканини, такі як нейлон, поліестер та акрил, мали низку переваг над традиційними матеріалами: вони були легкими, довговічними, стійкими до зминання та простими у догляді. Це дозволило дизайнерам експериментувати з новими формами, кольорами та текстурами, створюючи унікальні та інноваційні вироби. Завдяки новим технологіям, таким як лазерне різання, термопластика та 3D-друк, дизайнери отримали можливість створювати складніші та більш деталізовані вироби. Ці технології дозволили втілювати в життя найбільш сміливі та нестандартні ідеї, що зробило моду ще більш різноманітною та динамічною. Технології також вплинули на розвиток спортивного одягу, який став більш функціональним та спеціалізованим. Використання нових матеріалів дозволило створювати одяг, що забезпечує комфорт та оптимальні умови для занять спортом, що сприяло зростанню популярності активного способу життя та спортивної моди [38].

Глобалізація – це процес інтеграції економік, культур та політичних систем різних країн, що відбувається завдяки розвитку транспорту,

комунікацій та міжнародної торгівлі. Цей процес має кілька етапів, кожен з яких характеризується певними особливостями та впливом на різні сфери життя, включаючи моду. Перший етап глобалізації розпочався у другій половині XIX століття та тривав до початку Першої світової війни. У цей період розвиток залізниць, пароплавів та телеграфу сприяв значному зростанню міжнародної торгівлі та культурного обміну. Другий етап глобалізації розпочався після Другої світової війни і тривав до кінця 1970-х років. У цей час розвиток авіації та телекомунікацій сприяв ще більшому зближенню країн та народів. Сучасний етап глобалізації розпочався у 1980-х роках і триває досі. Він характеризується розвитком інформаційних технологій, Інтернету та глобальних мереж, що зробило можливим миттєвий обмін інформацією та культурними досягненнями між різними країнами [39].

Глобалізація значно вплинула на розповсюдження модних тенденцій по всьому світу. Завдяки розвитку комунікаційних технологій, таких як Інтернет та соціальні мережі, інформація про нові модні тенденції може швидко досягти будь-якого куточка планети. Це сприяє створенню глобального модного ринку, де дизайнери з різних країн можуть взаємодіяти та обмінюватися ідеями. Одним з ключових аспектів глобалізації є культурний обмін. Завдяки цьому, мода стала більш різноманітною, інтегруючи елементи з різних культур та традицій. Наприклад, східні мотиви та техніки стали популярними у західній моді, а західні стилі вплинули на моду в Азії та інших регіонах. Глобалізація також сприяла розвитку фаст-фешн – концепції швидкого виробництва модного одягу за доступними цінами. Це дозволило споживачам швидко оновлювати свої гардероби відповідно до останніх тенденцій, що сприяло динамічному розвитку модної індустрії. Фаст-фешн бренди, такі як Zara, H&M та Uniqlo, стали глобальними гравцями, пропонуючи модний одяг за доступними цінами у всьому світі [39].

Культурний обмін, спричинений глобалізацією, мав значний вплив на формування модних тенденцій. Взаємопроникнення культур сприяло створенню нових стилів та напрямків у моді. Наприклад, у 1960-х роках

західна мода зазнала впливу індійської культури, що проявилось у популярності сарі, тунік та інших традиційних індійських елементів. У сучасній моді можна побачити вплив різних культур та традицій, що робить її більш різноманітною та багатогранною. Дизайнери активно використовують елементи етнічних костюмів, національних орнаментів та традиційних технік у своїх колекціях. Це сприяє збереженню та популяризації культурної спадщини різних народів, а також створенню нових, унікальних модних образів.

Модерністська епоха в моді відзначається творчістю видатних дизайнерів, таких як Коко Шанель, Крістіан Діор та Ів Сен-Лоран. Їхні новаторські підходи та інновації зробили значний внесок у розвиток моди, впливаючи на сучасну індустрію моди та формуючи її сучасний вигляд. Коко Шанель стала символом революції у світі моди. Її творчість визначалася прагненням до спрощення та функціональності одягу. Шанель відмовилася від традиційного громіздкого костюма і створила одяг, що відповідав новому стилю життя сучасної жінки. Вона ввела у моду елементи чоловічого гардеробу, такі як штани для жінок, що стало справжнім проривом у той час. Маленьке чорне плаття, створене Шанель, стало символом елегантності та стилю, зберігаючи свою актуальність до сьогодні. Коко Шанель також популяризувала використання джерсі – м'якої, еластичної тканини, яка забезпечувала комфорт та свободу рухів [40].

Крістіан Діор, який започаткував свою кар'єру після Другої світової війни, прославився створенням стилю «New Look». Цей стиль відзначався вузькою талією, пишними спідницями та акцентом на жіночності. "New Look" повернув жінкам відчуття розкоші та елегантності, які були втрачені під час суворих років війни. Діор прагнув до створення одягу, що підкреслював би красу жіночого тіла, використовуючи високоякісні матеріали та складні конструкції. Його роботи мали значний вплив на модну індустрію, повернувши увагу до класичних форм та розкоші [40].

Ів Сен-Лоран став відомим своїм інноваційним підходом до моди. Він

вперше використав концепцію прет-а-порте, зробивши високоякісний дизайн доступним для більшої кількості споживачів. Сен-Лоран також ввів у моду елементи поп-арту та етнічних мотивів, створюючи сміливі та нестандартні колекції. Його знаменитий смокінг для жінок став символом жіночої емансипації та рівності статей. Ів Сен-Лоран також активно використовував яскраві кольори та незвичні поєднання, що робило його роботи унікальними та впізнаваними [40].

XX століття стало епохою значних соціальних змін, які знайшли своє відображення у моді. Одним з найбільш важливих аспектів цих змін була зміна ролі жінки в суспільстві. Жінки стали активніше залучатися до громадського життя, отримували право на освіту та працю, що вимагало змін у їхньому гардеробі. Мода стала відображенням цих змін, пропонуючи більш функціональний та зручний одяг, який відповідав новим ролям жінок у суспільстві. Мода XX століття також відображала соціальні та політичні зміни. Наприклад, у 1920-х роках, після Першої світової війни, мода стала більш вільною та експресивною. Жінки почали носити коротші спідниці, сукні з низькою талією та прикраси, що символізували свободу та незалежність. Цей стиль, відомий як флапер, став символом емансипації та соціальних змін. У 1960-х роках мода відображала молодіжні субкультури та рухи за права людини. Стиль хіпі, що став популярним у цей період, пропагував мир, любов та гармонію з природою. Молодь носила яскравий, етнічний одяг, прикраси з бісеру та натуральні тканини. Цей стиль відображав прагнення до свободи та соціальних змін, що характеризували епоху.

Мода також стала виразом політичних змін. У 1980-х роках, після закінчення Холодної війни, мода відображала оптимізм та прагнення до матеріального добробуту. Відзначився стиль «пауер-дресинг», який підкреслював силу та авторитет. Жінки носили строгі костюми з широкими плечами, що символізували їхню нову роль у бізнесі та політиці. Вплив молодіжних субкультур на моду XX століття був значним. Рок-н-рол, панк, хіп-хоп та інші музичні жанри стали джерелом натхнення для модних

дизайнерів. Молодь активно експериментувала зі своїм виглядом, створюючи нові стилі та напрямки у моді. Ці субкультури впливали на вибір одягу, аксесуарів та зачісок, створюючи унікальні образи, що відображали дух часу [41].

Отже, ХХ століття стало переломним періодом у розвитку моди, що значно вплинуло на технологічні інновації та процеси глобалізації. Промислова революція та розвиток текстильних технологій дозволили створити нові матеріали та методи виробництва одягу, що зробило моду доступнішою та різноманітнішою. Масове виробництво одягу сприяло популяризації модних трендів та швидкому поширенню нових стилів серед широких верств населення. Застосування синтетичних тканин, таких як нейлон і поліестер, дало змогу дизайнерам експериментувати з формами, кольорами та текстурами, створюючи інноваційні та функціональні вироби.

Модернізм, як культурний та мистецький рух, також мав значний вплив на моду ХХ століття. Він сприяв відмові від традиційних форм та експериментуванню з новими ідеями та естетичними рішеннями. Дизайнери, такі як Коко Шанель, Крістіан Діор та Ів Сен-Лоран, стали символами модерністської моди, створюючи інноваційні вироби, що відображали дух часу. Їхні роботи не тільки вплинули на розвиток моди того періоду, але й залишили глибокий слід у сучасній модній індустрії.

Таким чином, технологічні інновації та глобалізація стали ключовими факторами, що визначили розвиток моди у ХХ столітті, тоді як модернізм надав цьому процесу унікального естетичного виміру. Мода ХХ століття відзначається різноманітністю стилів, інтеграцією культурних елементів та постійним пошуком нових форм вираження, що продовжує впливати на сучасну модну індустрію.

РОЗДІЛ 2. ФІЛОСОФСЬКО-КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ МОДИ

2.1 Мода як засіб самовираження: філософський аналіз

Мода відіграє значну роль у сучасному суспільстві, впливаючи на всі аспекти нашого життя. Вона не лише відображає культурні та соціальні зміни, але й служить засобом самовираження для окремих індивідів. Через моду люди можуть висловлювати свої ідеї, почуття та ідентичності без слів. Дослідження моди як засобу самовираження є актуальним у контексті сучасного глобалізованого світу, де індивідуальність та автентичність стають все більш цінними. Це дозволяє краще розуміти, як мода формує наші уявлення про себе та інших.

Мода виступає важливим засобом вираження індивідуальної ідентичності, дозволяючи людям через свій зовнішній вигляд комунікувати про свої внутрішні переконання, смаки та погляди. Одним з ключових філософів, які досліджували питання автентичності, був Жан-Поль Сартр. Згідно з його поглядами, вибір одягу може бути актом автентичності, коли він відображає справжні переконання та смаки людини. Для Сартра, автентичність означає бути вірним собі, своїм внутрішнім цінностям і переконанням, незважаючи на зовнішній тиск та соціальні очікування. Вибір одягу, який дійсно відповідає особистим вподобанням і цінностям, є проявом цієї автентичності. Наприклад, якщо людина обирає одяг, який їй подобається, незважаючи на те, що він може не відповідати модним трендам або соціальним очікуванням, це можна вважати автентичним вибором [42].

Протилежним до автентичного вибору є поняття «неавтентичного» вибору, який робиться під тиском соціальних норм і очікувань. Коли людина обирає одяг, щоб відповідати певному соціальному стандарту або отримати схвалення з боку інших, вона діє не автентично. Такий вибір може свідчити про конформізм і прагнення відповідати зовнішнім очікуванням, а не внутрішнім переконанням. У цьому контексті мода стає засобом маскування, який приховує справжнє «я» людини за фасадом прийнятих соціальних норм

[42].

Мода може бути розглянута через призму символічного інтеракціонізму, теоретичного підходу, розробленого такими соціологами, як Герберт Блумер. Згідно з символічним інтеракціонізмом, мода є формою соціальної взаємодії, в якій одяг виконує роль символів, що передають інформацію про індивіда. Одяг не лише захищає тіло або задовольняє естетичні потреби, але й несе символічне значення, яке інші люди можуть «читати» і інтерпретувати. Наприклад, носіння ділового костюма може символізувати професіоналізм і серйозність, тоді як яскравий і нестандартний одяг може свідчити про креативність та індивідуалізм [43].

Символічний інтеракціонізм підкреслює, що значення одягу формується через соціальні взаємодії. Одяг стає символом, який презентує не лише індивідуальні, але й групові ідентичності. Через одяг люди можуть виражати свою приналежність до певної соціальної групи, субкультури або професійної спільноти. Таким чином, мода стає засобом не тільки індивідуального, але й колективного самовираження. Важливо відзначити, що символічне значення одягу може змінюватися залежно від контексту та культурних обставин. Одяг, який в одному контексті може сприйматися як виклик або протест, в іншому може стати символом конформізму. Наприклад, джинси, які колись були символом робітничого класу і протесту проти буржуазних цінностей, згодом стали основним елементом повсякденного одягу, прийнятим у всьому світі [43].

Мода є важливим елементом соціальної ідентифікації, оскільки вона дозволяє індивідам виражати свою приналежність до певних соціальних груп і демонструвати свій соціальний статус. Одним із впливових соціологів, що досліджував цей аспект, є П'єр Бурдьє. Його концепція "габітусу" допомагає зрозуміти, як мода функціонує в контексті соціальної ідентифікації. За Бурдьє, "габітус" — це система сталих практик, звичок і уявлень, яка формується під впливом соціального середовища і визначає поведінку індивіда. Габітус включає в себе не лише фізичні дії, але й способи мислення,

сприйняття і оцінювання, що відображають соціальну позицію людини. Мода є невід'ємною частиною габітусу, оскільки через вибір одягу індивіди виражають свої соціальні ідентичності та позиції. Наприклад, стиль одягу може вказувати на приналежність до певного класу, професії або субкультури. Таким чином, мода виступає як соціальний маркер, що сигналізує про соціальний статус і групову приналежність індивіда [44]. Бурдье також підкреслює, що мода не є простою відображенням соціального статусу, але й активним інструментом його підтримки і відтворення. Люди обирають одяг, який відповідає їхнім соціальним позиціям, і таким чином підтримують і підтверджують свою позицію в соціальній структурі. Наприклад, бізнесмен може носити діловий костюм, щоб підкреслити свій професійний статус і авторитет, тоді як молодіжна субкультура може використовувати певні стилістичні елементи для вираження своєї ідентичності і протесту проти усталених норм.

Інший важливий підхід до розуміння моди як засобу соціальної ідентифікації був розроблений Ервіном Гоффманом у його драматургічній перспективі. Гоффман розглядає соціальну взаємодію як театральну виставу, де люди "грають ролі" і використовують різні "костюми" для створення певних вражень у інших. За цією теорією, одяг є важливим інструментом у "грі" соціальної взаємодії, оскільки він допомагає індивідам формувати і підтримувати бажані образи. Гоффман підкреслює, що люди свідомо використовують одяг для управління враженнями, які вони справляють на інших. Наприклад, в професійному середовищі носіння ділового костюму може створювати враження компетентності і надійності, тоді як неформальний одяг може підкреслювати доступність і відкритість. Вибір одягу таким чином стає частиною стратегічної гри, де індивіди намагаються впливати на сприйняття їх іншими і досягати певних соціальних цілей. Крім того, драматургічна перспектива Гоффмана дозволяє зрозуміти, як мода допомагає підтримувати соціальні ролі і статуси у різних контекстах. Одяг, як частина "костюму", може підсилювати або змінювати сприйняття

соціальної ролі. Наприклад, медичний халат асоціюється з роллю лікаря і викликає почуття довіри і поваги у пацієнтів. Подібним чином, форма поліціянтя символізує авторитет і здатність забезпечувати порядок [45].

Філософ Артур Данто стверджував, що мода є формою мистецької творчості, де дизайнери виступають як художники. Вони використовують тканини, силуети і деталі так, як художники використовують фарби та пензлі. Креативність у моді проявляється у створенні унікальних образів, які можуть бути одночасно функціональними і естетично привабливими. Дизайнери часто експериментують з формою, матеріалами та конструкціями, щоб створити щось нове і неповторне, відображаючи свій унікальний погляд на красу та моду [46].

Мода відіграє ключову роль у формуванні та відображенні естетичних ідеалів певної епохи або культури. Вона може підтримувати усталені канони краси, а може й кидати їм виклик, пропонуючи альтернативні бачення естетики. Наприклад, у різні періоди історії ідеали краси змінювалися: від пишних форм бароко до витончених ліній модерну, від мінімалізму 1920-х років до екстравагантності 1980-х. Кожна епоха мала свої критерії краси, які відображали культурні, соціальні та економічні умови того часу.

Іммануїл Кант розглядав судження смаку як суб'єктивне, але водночас універсальне. Це означає, що, незважаючи на особисті вподобання, судження про красу мають певну універсальність, що дозволяє різним людям спільно визнавати об'єкти красивими [47]. У контексті моди, судження смаку відображають індивідуальні вподобання, які одночасно піддаються впливу колективних естетичних норм. Наприклад, певний стиль одягу може бути визнаний красивим і елегантним не тільки окремою особою, але й більшістю суспільства, що свідчить про певний рівень консенсусу щодо естетичних цінностей. Мода, таким чином, є відображенням як індивідуальних, так і колективних суджень про красу. Вона здатна впливати на формування смаків і естетичних ідеалів, адже дизайнери та модні бренди часто є тими, хто визначає тренди та напрямки розвитку естетики. Завдяки своєму впливу, мода

може сприяти прийняттю нових ідей і стандартів краси, змінюючи уявлення про те, що є красивим та естетично привабливим [47].

В контексті феноменології моди, особливу увагу варто звернути на концепції Моріса Мерло-Понті, який розглядав тіло як центр нашого сприйняття світу. Для Мерло-Понті, тіло не є просто фізичним об'єктом, але й суб'єктом, через який ми взаємодіємо зі світом і сприймаємо його. Одяг, будучи безпосередньо пов'язаним з тілом, впливає на наше сприйняття себе і нашого місця у світі. Одяг стає продовженням нашої тілесності і формує наш досвід буття, оскільки він є посередником між тілом і зовнішнім середовищем. Він не лише забезпечує фізичний комфорт, але й має символічне значення, впливаючи на те, як ми сприймаємо себе і як нас сприймають інші. Наприклад, носіння певного одягу може змінити наше ставлення до себе, підвищити самооцінку або, навпаки, створити відчуття дискомфорту і незахищеності. Таким чином, одяг грає важливу роль у формуванні нашого суб'єктивного досвіду буття, впливаючи на наші відчуття, емоції і самосприйняття [48].

Феноменологічний контекст моди полягає в тому, що одяг не лише впливає на наше сприйняття себе, але й на нашу взаємодію з іншими людьми. Одяг створює певний феноменологічний контекст, у якому відбувається комунікація і соціальна взаємодія. Він може сигналізувати про соціальний статус, професію, культурну приналежність або особисті вподобання, що допомагає встановлювати та підтримувати соціальні зв'язки. Наприклад, у формальному контексті діловий костюм може викликати довіру і повагу, тоді як у неформальному середовищі яскравий і нестандартний одяг може підкреслити креативність і індивідуальність. Таким чином, мода стає важливим засобом соціальної комунікації і взаємодії, формуючи наше сприйняття соціального контексту і роль у ньому [49].

Одяг також впливає на наше сприйняття простору, як суб'єктивного, так і соціального. Суб'єктивний простір – це простір, який ми відчуваємо і сприймаємо через наше тіло і одяг. Одяг може створювати відчуття комфорту

або незручності, захищеності або вразливості. Наприклад, облягаючий одяг може обмежувати рухи і створювати відчуття скутості, тоді як вільний і просторий одяг може дарувати відчуття свободи і комфорту. Одяг може також впливати на наші відчуття тепла або холоду, змінюючи наше сприйняття навколишнього середовища. Соціальний простір, з іншого боку, формується через взаємодію з іншими людьми і соціальними нормами. Одяг може створювати певні дистанції або наближення у соціальній взаємодії. Наприклад, формальний одяг може створювати відчуття дистанції і офіційності у спілкуванні, тоді як неформальний одяг може сприяти більш невимушеній і близькій взаємодії. Одяг також може слугувати засобом маркування соціальних меж і ролей, впливаючи на те, як нас сприймають інші люди і як ми сприймаємо себе в соціальному контексті [49].

Отже, мода є потужним засобом самовираження та соціальної ідентифікації, який має глибокі філософські, естетичні та феноменологічні аспекти. Як показує аналіз, мода не є просто зовнішнім прикрашенням, але й важливим елементом, який впливає на наше сприйняття себе та оточуючого світу. Філософія ідентичності розкриває, як мода служить вираженням автентичності та соціальної ідентифікації. За Жан-Полем Сартром, автентичний вибір одягу відображає справжні переконання і смаки людини, тоді як неавтентичний вибір піддається тиску соціальних норм. Символічний інтеракціонізм Герберта Блумера підкреслює, що одяг виконує роль символів, які комунікують інформацію про індивіда та його приналежність до певних соціальних груп. Соціальна ідентифікація через моду розглядається у світлі ідей П'єра Бурдьє та Ервіна Гоффмана. Бурдьє вказує на моду як частину габітусу, що відображає соціальний статус і групову приналежність індивіда. Гоффман, зі своєю драматургічною перспективою, підкреслює, що люди використовують одяг як "костюми" у соціальних взаємодіях, створюючи певні враження і управління сприйняттям. Естетичний вимір моди розкриває її як форму мистецтва і засіб вираження краси. Мода поєднує форму і функцію, створюючи естетичні об'єкти, які викликають емоційний відгук і

задовольняють потребу у красі. За Артуром Данто, мода є мистецькою творчістю, де дизайнери виступають як художники, а естетичні ідеали відображають культурні і соціальні цінності певної епохи. Феноменологічний підхід до моди, представлений Морісом Мерло-Понті, розглядає одяг як частину досвіду буття. Одяг взаємодіє з тілом, впливаючи на наше сприйняття і відчуття себе, формуючи суб'єктивний і соціальний простір. Він не лише створює відчуття комфорту чи незручності, але й формує соціальні дистанції і взаємодії, впливаючи на сприйняття соціального контексту. Мода є багатогранним феноменом, який глибоко впливає на індивідуальну і колективну ідентичність, соціальні взаємодії та естетичні цінності. Розуміння моди як засобу самовираження дозволяє краще усвідомити її значення у сучасному суспільстві та її роль у формуванні особистості і соціальних структур.

2.2 Семіотика моди: знаки і символи у моді

Мода являє собою складну систему знаків, яка ефективно комунікує різноманітні соціальні та культурні повідомлення. Одяг та аксесуари виступають в ролі семіотичних елементів, здатних символізувати приналежність до певної соціальної групи, рівень доходу, професію, вік, стать та інші індивідуальні характеристики. За допомогою певного стилю, вибору кольорів, фасону та матеріалів, люди можуть передавати інформацію про себе, свою ідентичність та соціальний статус. Наприклад, діловий костюм може символізувати професіоналізм і компетентність, тоді як яскравий одяг вуличного стилю може вказувати на творчість і бажання виразити свою індивідуальність. У межах цієї системи мода також має здатність відображати культурні та історичні контексти, реагуючи на суспільні зміни та події. Наприклад, під час економічних криз мода може звертатися до більш скромних і практичних стилів, відходячи від розкоші і надмірності. Таким чином, мода не лише відображає індивідуальні смаки, але й виступає

індикатором ширших соціальних і культурних процесів [50].

У моді використовуються різні типи знаків, кожен з яких має свої унікальні властивості та функції. Іконічні знаки відтворюють зовнішній вигляд об'єктів і мають пряму візуальну подібність до них. Наприклад, футболки з зображенням відомих артистів або символів популярної культури є іконічними знаками, оскільки вони відразу вказують на конкретні особи чи ідеї, що впізнаються глядачем. Індексальні знаки, на відміну від іконічних, вказують на певні властивості або причини, пов'язані з об'єктом [51]. Вони не мають прямої візуальної подібності, але мають причинно-наслідковий зв'язок з об'єктом. Наприклад, зношений одяг може індексувати фізичну працю або активний спосіб життя, а плями фарби на одязі можуть вказувати на художню діяльність. Такі знаки допомагають створити образ або уявлення про спосіб життя та діяльність людини. Символічні знаки мають умовне значення, яке ґрунтується на суспільному договорі. Вони не мають візуальної подібності або причинно-наслідкового зв'язку з об'єктом, але їхнє значення узгоджене і зрозуміле в певній культурній спільноті. Наприклад, логотип відомого бренду є символічним знаком, оскільки він не відтворює сам продукт, але вказує на певний рівень якості, престижу і стилю, асоційованого з цим брендом. Символічні знаки можуть набувати різних значень залежно від контексту та культурних особливостей [51].

Символи — це знаки, які несуть у собі культурне або емоційне значення, що виходить за межі їхньої буквальної форми або функції. Вони можуть бути пов'язані з певними ідеологіями, цінностями або історичними подіями, які роблять їх значущими для певних груп або індивідів. У контексті моди символи відіграють важливу роль у створенні ідентичності та вираженні особистих або групових переконань. За допомогою одягу та аксесуарів люди можуть символізувати свої погляди, належність до певної культурної або соціальної групи, а також підтримку певних ідеалів чи рухів. Символи в моді часто є складними і багатозначними, їхнє значення може змінюватися залежно від контексту. Наприклад, хустка з певним візерунком може бути

просто модним аксесуаром, але в іншому контексті вона може стати символом політичного руху або культурної ідентичності. Таким чином, символи в моді виконують важливу функцію у комунікації складних і багат шарових повідомлень, дозволяючи людям висловлювати свою індивідуальність та належність до певних соціальних груп [52].

Культурні символи у моді відображають історичні та культурні контексти, в яких вони виникають і функціонують. Вони несуть у собі глибоке значення, яке може бути зрозумілим лише в рамках певної культури або суспільства. Наприклад, кілт у шотландській культурі є яскравим прикладом культурного символу. Він не лише відображає національну гордість та традиції, але й є символом історичного минулого, боротьби за незалежність і збереження культурної спадщини. Кілт став невід'ємною частиною шотландської ідентичності, і його носіння підкреслює приналежність до цієї культури та повагу до її традицій [53]. Інший приклад культурного символу у моді — сарі в індійській культурі. Сарі є не лише традиційним індійським одягом, але й символом жіночності, елегантності та культурної спадщини. Кожен регіон Індії має свої особливі стилі та техніки виготовлення сарі, що додає додаткових шарів значення та унікальності цьому одягу. Для багатьох індійських жінок сарі є символом національної гордості та культурної ідентичності [54].

Культурні символи у моді також можуть відображати історичні події та зміни у суспільстві. Наприклад, мода 1960-х років часто асоціюється з рухом хіпі та культурною революцією, що охопила багато країн світу. Психоделічні візерунки, яскраві кольори та вільний крій одягу стали символами протесту проти консервативних соціальних норм і вираженням прагнення до свободи, миру та любові. У сучасному світі мода продовжує використовувати культурні символи для створення та підтримки ідентичностей. Наприклад, африканський візерунковий одяг та аксесуари стають символами африканської спадщини та гордості за культурне багатство континенту. Використання цих символів допомагає підтримувати культурну

самосвідомість та розповсюджувати знання про різноманітність і красу африканських культур [55].

Коди у моді представляють собою певні правила та норми, які визначають, як слід носити той чи інший одяг або аксесуар. Вони є своєрідними «законами» модного світу, що регулюють, які стилі, кольори та фасони є прийнятними у певних ситуаціях або серед певних груп людей. Ці коди можуть бути формальними або неформальними. Формальні коди моди часто проявляються у вигляді дрес-кодів, які встановлюються в організаціях, на заходах або в установах. Наприклад, у корпоративних середовищах зазвичай діють суворі дрес-коди, які вимагають від працівників носити діловий костюм або інший формальний одяг. Такий дрес-код не лише підтримує професійний імідж компанії, але й допомагає створити атмосферу серйозності та компетентності. Вечірні заходи, такі як бали або офіційні прийоми, також мають свої дрес-коди, які можуть вимагати від учасників дотримання певних стандартів елегантності та формальності [55].

Неформальні коди моди є менш жорсткими і часто пов'язані з вуличним стилем або субкультурними тенденціями. Вони визначають, що прийнято носити в повсякденному житті, на вулиці або під час відпочинку. Наприклад, молодіжні субкультури, такі як хіп-хоп або панк, мають свої унікальні модні коди, які включають певні стилі одягу, аксесуари та навіть поведінку. Ці коди допомагають членам субкультур розпізнавати один одного, а також виражати свою індивідуальність і належність до певної групи. Модні коди виконують важливу функцію в інтерпретації значень модних знаків. Вони надають контекст, у якому можна зрозуміти, що саме означає той чи інший елемент одягу або аксесуар. Без знання цих кодів було б важко правильно інтерпретувати модні знаки і зрозуміти їхнє соціальне або культурне значення [55].

Контекст моди має вирішальне значення для інтерпретації модних знаків, оскільки він визначає, як певний одяг або аксесуар сприймається у певному середовищі або ситуації. Те, що в одному контексті може бути

модним і прийнятним, в іншому може виглядати недоречним або навіть провокаційним. Наприклад, діловий костюм є прийнятним і навіть необхідним у контексті ділових зустрічей, офісної роботи або офіційних заходів. Він символізує професіоналізм, серйозність і компетентність. Однак той самий діловий костюм на пляжі виглядатиме смішно і недоречно, оскільки контекст пляжного відпочинку вимагає зовсім іншого стилю одягу — більш легкого, неформального і комфортного.

Контекст також включає культурні та соціальні фактори, які впливають на сприйняття моди. Наприклад, традиційний національний одяг може бути дуже значущим і шанованим у рамках певної культури, але викликати нерозуміння або навіть насмішки в іншій культурі, де цей одяг не має такого значення. Важливо враховувати культурний контекст при виборі модного одягу, особливо в глобалізованому світі, де стикаються різні культурні норми і традиції. Інтерпретація модних знаків також залежить від соціального контексту. Наприклад, одяг, який носить підліток у колі своїх друзів, може виражати належність до певної групи або субкультури і бути цілком прийнятним. Однак той самий одяг може сприйматися зовсім інакше у школі або на роботі, де діють інші соціальні норми і очікування.

Отже, семіотика моди є складною та багатогранною системою, яка використовує знаки і символи для передачі соціальних, культурних та індивідуальних значень. Мода функціонує як мова, де одяг і аксесуари виступають семіотичними елементами, що комунікують різноманітні повідомлення. Завдяки різним типам знаків, таким як іконічні, індексальні та символічні, мода здатна виражати приналежність до соціальних груп, рівень доходу, професію, вік, стать та інші характеристики. Культурні символи у моді мають важливе значення, оскільки вони відображають історичні та культурні контексти, в яких виникають. Вони допомагають людям виражати свою ідентичність та належність до певної культурної чи соціальної групи, підтримуючи та збагачуючи культурну спадщину. Наприклад, такі елементи, як кілт у шотландській культурі або сарі в індійській, є потужними символами

національної гордості та традицій. Модні коди та контекст є невід'ємними складовими для інтерпретації модних знаків. Коди, як формальні, так і неформальні, регулюють, як слід носити той чи інший одяг, допомагаючи зрозуміти його соціальне та культурне значення. Контекст, у свою чергу, визначає доречність та сприйняття модних елементів у певних ситуаціях або середовищах. Врахування кодів і контексту дозволяє моді ефективно передавати складні соціальні та культурні повідомлення. Таким чином, семіотика моди є потужним інструментом для розуміння того, як одяг та аксесуари впливають на наше сприйняття світу і один одного. Вона відкриває перед нами глибокі значення, приховані за зовнішніми проявами моди, дозволяючи побачити у ній не просто засіб прикрашання тіла, але й важливий засіб комунікації та вираження індивідуальності та культурної ідентичності.

2.3 Постмодерні підходи до моди: мода як інструмент деконструкції суспільних норм і очікувань

Мода, як важлива складова культури, не оминула впливу постмодернізму. У постмодерній моді, як і в інших сферах культури, спостерігається відмова від єдиних стильових канонів і велика свобода самовираження. Ця епоха принесла з собою ідею, що мода може і повинна піддавати сумніву соціальні норми, відображаючи і водночас деконструюючи усталені очікування щодо гендеру, класу і ідентичності. Один з ключових аспектів постмодерної моди — це використання іронії та гри з формами. Дизайнери, такі як Вів'єн Вествуд і Жан-Поль Готьє, активно застосовують пародію і провокацію, створюючи одяг, який навмисно підриває традиційні уявлення про елегантність і смак. Їхні колекції часто включають елементи, які можна інтерпретувати як критику споживацького суспільства і масової культури [56].

Фрагментація та еkleктизм також є визначальними рисами постмодерної моди. Дизайнери комбiнують різні стилі, епохи і культурні впливи, створюючи таким чином унікальні і часто еkleктичні образи. Цей

підхід не тільки демонструє технічну майстерність дизайнерів, але і відображає постмодерний світ, який характеризується культурною різноманітністю і складністю.

Кітч, як елемент постмодерної естетики, також відіграє важливу роль у сучасній моді. Кітч, тобто свідоме використання елементів масової культури і популярних символів у високій моді, дозволяє дизайнерам створювати твори, які одночасно є частиною і критикою цієї культури [49]. Таким чином, мода стає інструментом для підриву і переосмислення усталених соціальних норм. Постмодерні підходи до моди також вплинули на сприйняття гендеру і сексуальності. Мода, як засіб самовираження, дозволяє індивідам піддавати сумніву і деконструювати традиційні гендерні ролі. Це проявляється у створенні одягу, який відмовляється від гендерних стереотипів і пропонує нові моделі ідентичності. Дизайнери, такі як Александр Макквін і Рей Кавакубо, створюють колекції, які кидають виклик бінарним уявленням про чоловіче і жіноче, дозволяючи моді стати простором для експерименту і інновацій [56].

Соціальні норми та очікування відіграють ключову роль у формуванні поведінки та самоідентичності індивідів. Вони визначають, що вважається прийнятним або неприйнятним у суспільстві, створюючи рамки, у яких діють люди. Ці норми є продуктом історичних, культурних, економічних та політичних процесів, що впливають на всі аспекти життя, включаючи моду. Мода, у свою чергу, відображає та одночасно формує ці норми, стаючи інструментом для їхнього підриву та деконструкції. Традиційно, соціальні норми та очікування в моді базувалися на чітких уявленнях про гендер, клас, вік та естетичні вподобання. Наприклад, певний стиль одягу міг бути пов'язаний із певним соціальним статусом або професією, тоді як від жінок та чоловіків очікувалося носіння одягу, який відповідав їхньому гендеру. Ці норми не тільки регулювали зовнішній вигляд, але й впливали на сприйняття та взаємодію між людьми [57].

З розвитком суспільства та зміною соціальних уявлень мода також

зазнавала змін. Вона не просто відображала ці зміни, але й активно брала участь у їхньому впровадженні. Наприклад, зростання феміністичного руху в 1960-х і 1970-х роках призвело до популяризації стилів, які кидали виклик традиційним гендерним ролям, таких як брючні костюми для жінок. Це дозволило моді стати не тільки відображенням соціальних змін, але й активним учасником у боротьбі за гендерну рівність. Однак соціальні норми та очікування залишаються потужними силами, що формують моду. Вони створюють рамки, які визначають, що вважається «модним» або «немодним», і тим самим впливають на вибір людей. Мода, як інструмент соціальної деконструкції, постійно кидає виклик цим рамкам, пропонуючи нові форми самовираження та ідентичності [57]. Мода не лише відображає соціальні норми та очікування, але й виступає засобом критики та рефлексії щодо суспільства. Вона може слугувати дзеркалом, яке показує суспільству його власні суперечності та обмеження. Через моду дизайнери та споживачі мають змогу висловлювати своє ставлення до соціальних, політичних та економічних питань. Один з найяскравіших прикладів моди як рефлексії суспільства — це антимода, яка виникла як реакція на споживацьке суспільство та масову культуру. Антимода відкидає усталені естетичні стандарти та пропонує альтернативні, часто провокаційні форми самовираження. Вона кидає виклик ідеї, що мода повинна бути елітарною або підкорятися комерційним інтересам. Замість цього, антимода підкреслює індивідуальність та критикує стандартизацію та комерціалізацію модної індустрії

Сучасна мода також активно використовує рефлексію та критику. Дизайнери, такі як Демна Гвасалія та Вірджил Абло, створюють колекції, які звертаються до актуальних соціальних та політичних тем, таких як міграція, глобалізація та расова нерівність. Їхні роботи кидають виклик традиційним уявленням про моду та закликають до переосмислення ролі одягу в суспільстві. Крім того, мода може слугувати платформою для підняття важливих соціальних питань. Кампанії з використанням моди для боротьби з

дискримінацією та насильством, такі як #MeToo та Black Lives Matter, демонструють, як мода може стати інструментом соціальних змін. Вони використовують модні платформи для привернення уваги до важливих питань та мобілізації суспільства на підтримку справедливості та рівності [58].

Одним з провідних дизайнерів, що втілює деконструктивні підходи в моді, є Рей Кавакубо, засновниця бренду *Comme des Garçons*. Її роботи часто виходять за рамки традиційних уявлень про красу та функціональність, створюючи одяг, який виглядає як скульптури або арт-об'єкти. Кавакубо використовує асиметричні форми, незвичні матеріали та нестандартні техніки, щоб підкреслити умовність і мінливість модних канонів [59]. Ще один яскравий приклад деконструктивізму у моді — це творчість бельгійського дизайнера Мартіна Марджієли. Марджієла, відомий своєю любов'ю до експериментів, створює колекції, які деконструюють традиційні форми та структури одягу. Він використовує елементи з уживаного одягу, перетворюючи їх на нові, унікальні предмети, що кидають виклик усталеним уявленням про моду та споживання [60]. Александр Макквін також вніс значний внесок у розвиток деконструктивних тенденцій у моді. Його колекції часто були сповнені провокацій та викликів, досліджуючи теми смерті, сексуальності та влади. Макквін використовував моду як засіб вираження своїх ідей та емоцій, створюючи шоу, які ставали справжніми перформансами [61].

Деконструктивні підходи також проявляються у використанні нестандартних матеріалів та технік. Наприклад, Ірис ван Герпен, голландська дизайнерка, відома своїми інноваційними підходами до дизайну одягу, використовує 3D-друк та новітні технології для створення своїх колекцій. Її роботи демонструють, як сучасні технології можуть змінити уявлення про моду та її можливості. Деконструктивні тенденції у моді також включають підриг гендерних норм та стереотипів. Дизайнери, такі як Грейс Вельс Боннер та Рік Оуенс, створюють колекції, які кидають виклик бінарним уявленням

про гендер та пропонують нові моделі ідентичності. Їхні роботи підкреслюють, що мода може бути простором для експерименту та самовираження, де кожен має право бути собою.

Одним із ключових аспектів деконструкції гендерних норм через моду є поява унісекс-одягу. Унісекс-одяг, який можуть носити як чоловіки, так і жінки, підриває традиційні уявлення про те, що певний одяг повинен відповідати певному гендеру. Цей підхід дозволяє індивідам вільніше виражати свою ідентичність, не зважаючи на суспільні очікування щодо того, що є «чоловічим» або «жіночим» [49]. Наприклад, унісекс-колекції від таких брендів, як Rad Hourani і Telfar, пропонують універсальні форми та силуети, які не прив'язують носіїв до конкретних гендерних категорій. Ще один важливий аспект деконструкції гендерних норм через моду полягає у використанні елементів традиційного чоловічого та жіночого одягу в нетипових контекстах. Дизайнери активно експериментують, поєднуючи елементи чоловічого костюма з жіночими деталями, створюючи таким чином нові образи, які кидають виклик усталеним уявленням про гендер. Наприклад, дизайнерка Вів'єн Вествуд використовувала елементи чоловічого одягу, такі як піджаки та краватки, у своїх жіночих колекціях, підкреслюючи тим самим гнучкість і мінливість гендерних ролей. Багато дизайнерів та брендів виступають за права ЛГБТК+ спільноти, створюючи колекції, які підкреслюють важливість інклюзивності та рівності. Наприклад, бренд Gucci під керівництвом Алессандро Мікеле активно підтримує права ЛГБТК+ спільноти, використовуючи свої колекції та рекламні кампанії для підвищення обізнаності та підтримки різноманітності. Важливим аспектом деконструкції гендерних норм через моду є також використання нестандартних моделей у показах та рекламних кампаніях. Багато дизайнерів та брендів залучають моделі з різними гендерними ідентичностями, підкреслюючи тим самим важливість різноманітності та інклюзивності. Наприклад, модель Андрея Пежич, яка відкрито ідентифікує себе як гендерно-неконформну, працювала з багатьма відомими дизайнерами,

такими як Жан-Поль Готьє та Марк Джейкобс, демонструючи, що краса не має гендерних меж.

Отже, постмодерні підходи до моди відкрили нові горизонти для самовираження, критики та деконструкції суспільних норм і очікувань. Постмодернізм, як культурний феномен, приніс із собою відмову від великих наративів, іронію, фрагментацію та еkleктизм, що суттєво вплинуло на розвиток сучасної моди. Мода, яка відображає та водночас формує соціальні норми, стала потужним інструментом для підриву усталених уявлень про гендер, клас та естетику. Деконструктивні тенденції у моді, такі як використання асиметричних форм, нестандартних матеріалів і експериментальних технік, підкреслюють умовність та мінливість модних канонів. Дизайнери, такі як Рей Кавакубо, Мартін Марджієла та Александр Маквін, внесли значний внесок у розвиток цих тенденцій, створюючи колекції, які кидають виклик традиційним уявленням про красу та елегантність.

Постмодернізм також вплинув на сприйняття гендерної ідентичності в моді. Унісекс-одяг, андрогінний стиль та нестандартні гендерні образи дозволили індивідам вільніше виражати свою ідентичність, не зважаючи на суспільні очікування щодо того, що є «чоловічим» або «жіночим». Деконструкція гендерних норм через моду сприяє створенню більш інклюзивного та різноманітного суспільства, де кожен має право бути собою.

Кітч та масова культура стали важливими елементами постмодерної моди, дозволяючи дизайнерам одночасно відображати та критикувати сучасне суспільство. Використання популярних символів та образів підкреслює культурну багатозначність та складність сучасного світу, дозволяючи моді стати дзеркалом, яке відображає сучасне суспільство та його цінності.

Таким чином, постмодернізм значно вплинув на сучасну моду, надавши їй нових змістів і форм. Мода стала не тільки засобом самовираження, але й важливим елементом культурного дискурсу, який дозволяє ставити під

сумнів і переосмислювати усталені уявлення про суспільство і культуру. Через моду дизайнери та споживачі мають змогу висловлювати своє ставлення до соціальних, політичних та економічних питань, підкреслюючи важливість інклюзивності, різноманітності та рівності. Це робить моду не лише важливою складовою культурного життя, але й потужним інструментом для соціальних змін і критики.

РОЗДІЛ 3. МОДА В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОЇ КУЛЬТУРИ

3.1 Вплив реклами, кіно та інтернету на моду

Реклама відіграє вирішальну роль у формуванні модних трендів, створюючи асоціації між продуктами та бажаними образами. Вона використовує різні психологічні методи для впливу на споживачів, серед яких особливе місце займають соціальне підтвердження, ефект привабливості та потреба у належності до певної групи. Соціальне підтвердження ґрунтується на ідеї, що люди часто приймають рішення на основі дій і виборів інших. У рекламі це виражається через демонстрацію популярних продуктів у руках відомих особистостей або широкої маси споживачів, що підвищує їхню привабливість. Ефект привабливості передбачає використання фізично привабливих моделей або знаменитостей для реклами продуктів, що автоматично підвищує їхню привабливість у очах споживачів. Крім того, реклама часто апелює до потреби належності до певної групи або соціального класу. Наприклад, реклама люксових брендів може створювати асоціації з успішністю та елітним стилем життя, змушуючи споживачів бажати цих продуктів для підвищення свого статусу [62].

Знаменитості відіграють надзвичайно важливу роль у рекламі модних брендів, оскільки їхній імідж та популярність можуть значно підвищити привабливість продуктів. Використання знаменитостей у рекламних кампаніях дозволяє брендам досягти ширшої аудиторії та створити асоціації з успіхом, красою та стилем. Знаменитості часто сприймаються як ікони стилю, і їхній вибір одягу та аксесуарів має значний вплив на споживачів. Коли знаменитість рекламує певний продукт, він автоматично отримує асоціації з її позитивними якостями та популярністю. Це сприяє тому, що споживачі, бажаючи наслідувати улюблених зірок, купують рекламовані ними продукти. Такий підхід дозволяє брендам не лише підвищувати продажі, але й створювати стійкі асоціації з певними образами та стилями

життя. Крім того, співпраця зі знаменитостями допомагає модним брендам залишатися актуальними та інноваційними. Використовуючи нові обличчя та актуальних зірок, бренди можуть постійно оновлювати свій імідж і привертати увагу нових споживачів. Такий підхід дозволяє модним компаніям не тільки підтримувати свій статус, але й розширювати свою аудиторію, залучаючи молодь та інших активних споживачів [63].

Кіноіндустрія завжди була потужним інструментом впливу на моду, починаючи з епохи Голлівуду. Кінематограф створює ідеальні образи, які глядачі прагнуть наслідувати. Фільми не лише відображають існуючі модні тенденції, але й часто стають джерелом нових стилів. З моменту появи кінематографу, мода та кіно розвивалися паралельно, взаємно збагачуючи одне одного. Режисери, дизайнери костюмів та актори працюють разом, щоб створити образи, які не тільки доповнюють сюжет фільму, але й стають невід'ємною частиною культурного ландшафту [64]. Завдяки кіно деякі актори та актриси стали іконами стилю, що вплинуло на модні тенденції у всьому світі. Яскравим прикладом є Одрі Хепберн, чий образ у фільмі «Сніданок у Тіффані» став символом елегантності та класики. Її маленька чорна сукня від Givenchy, перлинне намисто та великі сонцезахисні окуляри стали культовими елементами моди, які донині залишаються актуальними. Інший приклад – фільми «Матриця», що сприяли популяризації шкіряного одягу та сонцезахисних окулярів з вузькими оправами. Ці образи відобразили естетику кіберпанку та вплинули на вуличну моду кінця 1990-х – початку 2000-х років [65].

Костюми в кіно відображають не лише модні тенденції, але й суспільні зміни та історичні епохи. Вони можуть передавати настрій часу, культурні особливості та навіть політичні погляди. Наприклад, костюми у фільмах про війну часто підкреслюють прагнення до героїзму та патріотизму. У таких фільмах, як «Порятунок рядового Раяна» або «1917», костюми не лише створюють автентичність епохи, але й передають емоції та досвід солдатів. Так само, у фільмах про історичні події або біографічних драмах, таких як

«Королева» або «Спенсер», костюми допомагають глядачам зануритися в атмосферу певного часу та краще зрозуміти контекст подій. Кіно також відіграє важливу роль у відображенні та формуванні суспільних змін. Наприклад, фільми 1960-х років відобразили дух бунтарства та соціальних змін через модні образи своїх персонажів. Стрічки такі як «Безтурботний їздець» та «Бонні і Клайд» стали символами антикультури та нових ідеалів свободи, що знайшло своє відображення у моді того часу. Костюми у цих фільмах відображали нову естетику, яка стала викликом традиційним уявленням про стиль та поведінку [65].

Інтернет, а особливо соціальні мережі, стали головними платформами для поширення модних трендів. Завдяки таким платформам, як Instagram, TikTok та YouTube, модні тенденції можуть розповсюджуватися з неймовірною швидкістю, охоплюючи мільйони людей у всьому світі. Соціальні мережі дозволяють миттєво ділитися новими ідеями, образами та стилями, створюючи глобальну комунікацію між модними ентузіастами, дизайнерами та споживачами [66]. Це сприяє формуванню нових трендів, які можуть з'явитися та розповсюдитися протягом кількох днів або навіть годин. Інфлюенсери, або люди з великою кількістю підписників у соціальних мережах, відіграють важливу роль у формуванні модних тенденцій. Вони демонструють нові стилі, рекламують продукти та задають тон у модних колах. Інфлюенсери мають велику силу впливу, оскільки їхні підписники часто намагаються наслідувати їхній стиль. Інфлюенсери використовують свої платформи для демонстрації особистого стилю, співпраці з модними брендами та участі у рекламних кампаніях, що дозволяє їм впливати на уподобання мільйонів людей. Це створює унікальну можливість для брендів швидко адаптуватися до змін у модних трендах і підтримувати постійний зв'язок зі своєю аудиторією [66].

Розвиток онлайн-шопінгу значно змінив споживчі звички. Інтернет-магазини надають можливість купувати одяг та аксесуари з будь-якої точки світу, що розширює доступ до різноманітних стилів і брендів. Крім того,

онлайн-шопінг дозволяє швидко реагувати на модні тренди, що виникають у соціальних мережах. Споживачі можуть переглядати нові колекції та купувати вподобані речі буквально в кілька кліків, що значно спрощує процес придбання модних товарів. Інтернет-магазини також часто пропонують детальні описи товарів, відгуки покупців та рекомендації, що допомагає споживачам робити обґрунтовані вибори [67].

Завдяки соціальним мережам, модні бренди мають можливість безпосередньо взаємодіяти зі своєю аудиторією, проводити онлайн-опитування та збирати зворотний зв'язок. Це дозволяє їм краще розуміти потреби та вподобання споживачів, а також адаптувати свої продукти та маркетингові стратегії відповідно до вимог ринку. Соціальні мережі також сприяють розвитку мікроінфлюенсерів – людей з меншою кількістю підписників, але з високою залученістю аудиторії, що дозволяє брендам орієнтуватися на більш вузькі сегменти ринку та персоналізувати свої пропозиції.

Отже, взаємодія реклами, кіно та інтернету створює потужний вплив на моду в сучасному світі. Реклама, кіно та інтернет взаємодіють між собою, утворюючи синергію, яка дозволяє модним брендам ефективніше досягати споживачів та створювати стійкі модні тенденції. Рекламні кампанії можуть використовувати образи з кіно, а соціальні мережі – поширювати ці образи серед широкої аудиторії. Наприклад, знамениті кінематографічні образи часто стають частиною рекламних кампаній, які, у свою чергу, активно поширюються в соціальних мережах. Це сприяє не лише популяризації продуктів, але й створенню нових трендів, які швидко охоплюють мільйони людей по всьому світу. Мода є важливим аспектом культурної ідентичності. Через одяг люди можуть виражати свою приналежність до певної культури, субкультури або соціальної групи. Взаємодія реклами, кіно та інтернету дозволяє людям зберігати та розвивати свою культурну ідентичність, водночас беручи участь у глобальних модних тенденціях. Наприклад, соціальні мережі надають платформу для вираження культурних

особливостей через моду, де користувачі можуть ділитися своїми унікальними стилями та традиціями з іншими. Це сприяє збереженню культурної спадщини та водночас її адаптації до сучасних умов.

Таким чином, синергія між рекламою, кіно та інтернетом створює унікальну можливість для розвитку моди в сучасному світі. Взаємодія цих медіа дозволяє модним брендам ефективно досягати своєї аудиторії, створювати нові тренди та підтримувати культурну ідентичність, що робить моду динамічною та різноманітною. Вплив глобалізації та інтернету сприяє швидкому поширенню модних тенденцій, створюючи глобальний модний ринок, який включає в себе різноманітні культурні впливи та інновації.

3.2 Вплив глобалізації на сучасні процеси інтеграції модних тенденцій

Глобалізація є складним і багатограним явищем, що включає економічні, соціальні, культурні та політичні аспекти. Однією з найбільш видимих сфер, на яку глобалізація впливає, є мода. Сучасні модні тенденції все більше інтегруються завдяки взаємодії різних культур, доступу до інформації та технологій, що створює нові можливості та виклики для індустрії моди. Великі компанії, такі як Zara, H&M та Uniqlo, успішно використовують глобальні ланцюги постачання, щоб знизити витрати на виробництво та забезпечити доступність своїх продуктів для широкої аудиторії. Завдяки цьому споживачі мають змогу купувати модний одяг за доступними цінами, що сприяє поширенню модних тенденцій по всьому світу [68].

Культурний обмін, спричинений глобалізацією, дозволяє модним дизайнерам черпати натхнення з різних культурних традицій. Це призводить до появи нових стилів, які поєднують елементи з різних культур. Наприклад, етнічні мотиви часто використовуються в колекціях світових дизайнерів, що створює унікальні і еkleктичні образи. Глобалізація сприяє

взаємопроникненню культур, що збагачує модну індустрію та розширює горизонти творчості.

Технології відіграють ключову роль у процесі глобалізації моди. Інтернет і соціальні медіа дозволяють модним тенденціям поширюватися з неймовірною швидкістю. Платформи, такі як Instagram, YouTube та TikTok, дозволяють дизайнерам, моделям та інфлюенсерам ділитися своїми ідеями та образами з глобальною аудиторією. Це призводить до швидкої інтеграції модних тенденцій у різних регіонах світу. Споживачі з будь-якого куточка планети можуть миттєво ознайомитися з новими колекціями та стилями, що підвищує рівень взаємодії та впливу різних культур на моду [69].

Концепція швидкої моди є одним з основних проявів глобалізації в індустрії моди. Бренди швидкої моди, такі як Zara та H&M, випускають нові колекції кілька разів на рік, реагуючи на останні модні тенденції. Це дозволяє споживачам швидко інтегрувати нові стилі у свій гардероб. Однак, це також призводить до проблеми надмірного споживання та екологічних наслідків. Мода стає доступнішою, але водночас викликає питання стійкості та відповідальності за вплив на довкілля [70]. Глобалізація дозволяє локальним модним тенденціям виходити на світовий ринок. Наприклад, японська вулична мода та корейський стиль K-fashion стали популярними у всьому світі завдяки глобалізації. Водночас, глобальні тенденції впливають на локальні ринки, створюючи взаємний обмін і збагачення культур. Це сприяє розмаїттю стилів та розширює можливості для творчості в модній індустрії. Зростаюча свідомість щодо екологічних та етичних питань також є важливим аспектом інтеграції модних тенденцій. Споживачі все більше звертають увагу на сталий розвиток і етичне виробництво, що змушує модні бренди адаптувати свої стратегії. Глобалізація дозволяє швидко поширювати інформацію про сталу моду та підвищувати свідомість споживачів у всьому світі. Це стимулює виробників до використання екологічно чистих матеріалів та впровадження нових підходів до виробництва модних виробів [71].

Хоча глобалізація сприяє культурному обміну, вона також може

призводити до втрати локальних традицій та ідентичності. Деякі критики вважають, що глобалізація моди створює уніфікований стиль, який затирає відмінності між культурами. Важливо знайти баланс між інтеграцією нових тенденцій та збереженням локальної самобутності. Локальні культури можуть зберегти свою унікальність, одночасно збагачуючись новими ідеями та стилями з усього світу [69]. Глобалізація також ускладнює питання захисту інтелектуальної власності у модній індустрії. Поширення модних ідей через Інтернет може призводити до плагіату та копіювання дизайнів без дозволу авторів. Це викликає необхідність розробки нових правових механізмів для захисту прав дизайнерів на глобальному рівні. Важливо забезпечити справедливу винагороду за творчість та інновації, щоб підтримувати розвиток модної індустрії. Індустрія моди має великий потенціал для впровадження сталих практик завдяки глобалізації. Використання екологічно чистих матеріалів, впровадження кругової економіки та зниження вуглецевого сліду можуть стати основними напрямками розвитку. Глобалізація дозволяє поширювати ці ідеї та практики, стимулюючи сталий розвиток у різних регіонах світу. Це відкриває нові можливості для модної індустрії, сприяючи створенню екологічно відповідальних та інноваційних продуктів [71].

Отже, глобалізація значно впливає на сучасні процеси інтеграції модних тенденцій, створюючи нові можливості та виклики для індустрії моди. Економічні, культурні та технологічні аспекти глобалізації сприяють швидкому поширенню модних тенденцій та їх інтеграції у різних регіонах світу. Водночас, важливо враховувати екологічні та етичні аспекти, збереження локальних культур та захист інтелектуальної власності. Перспективи сталого розвитку та впровадження інноваційних практик можуть стати ключовими напрямками для подальшого розвитку модної індустрії в умовах глобалізації.

3.3 Субкультури і мода

Субкультури представляють собою групи людей, які поділяють унікальні цінності, звички, ідентичність та інтереси, що відрізняють їх від основного суспільства. Мода, з іншого боку, є динамічною формою самовираження через одяг, аксесуари та інші елементи зовнішнього вигляду, яка змінюється з часом під впливом соціальних, економічних і культурних факторів. Зв'язок між субкультурами і модою є глибоким та багатограним: субкультури часто формують свої власні стильові кодекси, які згодом можуть впливати на основну моду і навіть визначати її тренди.

Хіпі, які з'явилися в 1960-х роках, стали відомими завдяки своїй ідеології миру, любові та гармонії з природою. Їх рух був реакцією на політичні та соціальні проблеми того часу, включаючи війну у В'єтнамі та боротьбу за громадянські права. Стиль одягу хіпі був прямим відображенням їхніх цінностей: вільний, часто саморобний одяг, виготовлений з натуральних матеріалів, символізував відмову від комерційної культури і споживацтва. Яскраві кольори, етнічні мотиви та аксесуари, такі як намисто та квіткові вінки підкреслювали їхню прихильність до природи і кохання [72].

Панки з'явилися у 1970-х роках як протест проти суспільних умовностей і його цінностей. Вони висловлювали свій бунт через агресивний та антиконформістський стиль одягу. Рваний одяг, шипи, шкіра та використані елементи стали основними рисами панк-стилю, відображаючи їхнє ставлення до соціальної несправедливості та бажання змін. Яскраві кольори волосся, які часто фарбували у відтінки, що заявляли про їхню індивідуальність та непокору, були важливим елементом їхньої моди. Цей стиль був не лише візуальним маніфестом, але й засобом комунікації їхнього соціального протесту [73].

Готична субкультура, що виникла на початку 1980-х років, була натхненна темним романтизмом і містицизмом. Їх стиль одягу характеризувався чорними кольорами, які символізували морок і

загадковість. Мереживо, оксамит, корсети та аксесуари, пов'язані з середньовіччям та вікторіанською епохою, стали основними елементами готичного стилю. Символіка, пов'язана зі смертю, такими як черепа, хрести та моторошні прикраси, відображала їхнє захоплення темною стороною життя та романтизм, що поєднував красу і смертність [74].

Хіп-хоп культура, яка виникла в 1970-х роках у Нью-Йорку, об'єднала музику, танці, графіті та моду, створюючи унікальний стиль, що став символом вуличної культури. Одяг хіп-хопу включав вільні штани, кросівки, спортивні костюми та аксесуари, такі як кепки і масивні ланцюги. Вільний стиль одягу відображав свободу самовираження та комфорт, необхідний для танців і активного способу життя. Мода хіп-хопу також стала символом соціального статусу і успіху, оскільки багато елементів одягу були натхненні дорогими брендами та аксесуарами [75].

Сучасні субкультури, такі як стімпанк, кіберпанк та інші, продовжують впливати на моду, приносячи нові ідеї та естетичні вподобання. Стімпанк поєднує елементи ретро та технології, створюючи стиль, що нагадує науково-фантастичні оповідання з вікторіанської епохи. Кіберпанк, натхненний науковою фантастикою та кібернетикою, відображає футуристичні уявлення про суспільство, де технології змішуються з людським тілом. Ці субкультури не лише створюють унікальні стилі, але й кидають виклик традиційним уявленням про моду, інтегруючи елементи футуризму, ретро та сучасних технологій [76].

Субкультури мають значний вплив на високий рівень моди. Відомі дизайнери часто черпають натхнення з субкультурних стилів, інтерпретуючи їх у своїх колекціях. Масова мода також не залишається осторонь: багато елементів, що з'явилися в субкультурних рухах, стають популярними трендами.

Субкультури часто виникають як форма соціального протесту проти певних аспектів суспільства. Мода відіграє важливу роль у цих рухах, допомагаючи виразити ідентичність та цінності субкультур. Взаємодія

субкультур і загального суспільства через моду є складною і багатогранною, але вона завжди веде до збагачення культури і розширення меж сприйняття [78]. Субкультури мають значний вплив на високий рівень моди, що проявляється у творчих експериментах і сміливих дизайнерських рішеннях. Відомі дизайнери часто черпають натхнення з субкультурних стилів, інтерпретуючи їх у своїх колекціях. Вів'єн Вествуд, наприклад, стала однією з найвпливовіших фігур у світі моди завдяки своїй здатності інтегрувати панківську естетику у високий рівень моди. Її колекції, наповнені шипами, шкіряними куртками і рваним одягом, стали символом бунтарства і протесту, але водночас знайшли своє місце на подіумах [78]. Іншим яскравим прикладом є Жан-Поль Готье, який звертався до багатьох субкультур для створення своїх неповторних образів. Його колекції часто включають елементи готичної моди, панківських стилів та навіть фетиш-культури. Це поєднання різних впливів дозволило йому створювати унікальні та інноваційні дизайни, які відразу привертати увагу і ставали популярними серед широкого загалу [79].

Масова мода також не залишається осторонь: багато елементів, що з'явилися в субкультурних рухах, стають популярними трендами. Скажімо, стиль «гранж», який виник у 1990-х роках під впливом музичної сцени Сієтла, швидко перейшов від андеграундного руху до масової моди. Такі бренди, як Marc Jacobs, почали включати в свої колекції елементи гранж-естетики, такі як рвані джинси, фланелеві сорочки та важкі черевики. Це підкреслює, як субкультури можуть формувати смаки і впливати на те, що стає популярним у масовій культурі [80].

Отже, взаємодія субкультур і моди є складним і динамічним процесом, який відіграє значну роль у формуванні сучасного суспільства. Субкультури, які виникають як реакція на соціальні, політичні та економічні зміни, створюють унікальні стильові кодекси, які часто виходять за межі своїх спільнот і впливають на масову моду. Мода, у свою чергу, служить потужним інструментом для вираження ідентичності, цінностей і протесту цих груп.

Історичний огляд розвитку субкультур, таких як хіпі, панки, готи та гіп-хоп, показує, як вони використовували моду для вираження своїх ідеологій і протесту проти існуючих соціальних норм. Хіпі пропагували ідеали миру і любові через вільний і яскравий одяг, панки використовували агресивні та антиконформістські стилі для вираження свого бунтарства, готи знаходили натхнення в темному романтизмі, а гіп-хоп культура створила унікальний вуличний стиль, що відображав соціальні та економічні реалії їхнього життя.

Вплив субкультур на високу моду стає очевидним, коли відомі дизайнери, такі як Вів'єн Вествуд і Жан-Поль Гот'є, інтегрують субкультурні елементи у свої колекції, тим самим вводячи їх у загальний модний дискурс. Масова мода також швидко підхоплює ці елементи, перетворюючи їх на популярні тренди, що демонструє взаємозв'язок між субкультурами та широким суспільством. Соціально-культурний аспект субкультур підтверджує їх значення як форми соціального протесту і самовираження. Мода допомагає субкультурам заявити про свою унікальність, створюючи простір для комунікації та взаємодії з іншими. Ця взаємодія збагачує загальну культуру, розширюючи її межі та сприяючи більшому прийняттю різноманітності.

Таким чином, субкультури і мода є невід'ємною частиною сучасного соціокультурного ландшафту. Їх взаємодія свідчить про постійний процес змін і адаптації, який збагачує нашу культуру і розширює горизонти нашого сприйняття. Вивчення цього феномена допомагає глибше усвідомити значення моди і субкультур у нашому житті, а також прогнозувати можливі напрямки їх розвитку в майбутньому.

ВИСНОВКИ

У ході дослідження здійснено комплексний аналіз моди як соціокультурного феномена, означено її роль та значення в системі сучасної культури, осмислено характер і природу впливів історичних, економічних, соціальних і технологічних факторів на розвиток модних тенденцій.

На основі проведеного дослідження були досягнуті наступні висновки, що відповідають поставленим завданням:

- досліджено основні етапи розвитку моди на прикладі історії людського одягу, який зазнавав змін у відповідності до етапів опанування світу людиною, формування людського суспільства й культури: від функції захисту тіла від несприятливих факторів навколишнього середовища, з одного боку, і певного символу – з другого, в первісній культурі; через появу одягу, що підкреслював, спочатку жіночу привабливість (Давній Єгипет, Месопотамія), пізніше - соціальний статус / майновий ценз, розуміння тіла як дзеркала, що відображає єдність та досконалість світу (Давня Греція) і відповідні прояви цієї ідеї в уявленнях про красу й гармонію, в тому числі й в одязі в різні культурні епохи; формування й протиставлення чоловічого (мужності) й жіночого (жіночності) в одязі різних періодів; зародження моди як соціально-культурного явища, оформлення основних факторів і критеріїв, що визначали її особливості у кожен наступний період, починаючи із пізнього Середньовіччя; усталення уявлень про моду як про правило, норму, що набуває імперативного характеру у XVII-XVIII ст.; теоретичне оформлення уявлень про естетичну природу смаку і стилю; сприйняття моди як засобу ідентифікації, наслідування і ідеального смаку на зламі XVIII-XIX ст.; формування модної індустрії (журнали мод, професія дизайнера одягу, будинки моделей славнозвісних французьких кутюр'є, модельєри і т. п.) у XIX ст.; до становлення моди як соціального інституту, оформлення її в професію і розростання до індустрії та масового виробництва наприкінці XIX-XX ст., у XX столітті розвиток технологій і глобалізація

сприяли швидкому поширенню нових модних тенденцій, що дозволило моді стати більш демократичною та доступною для широких мас.;

- осмислено сутнісну природу моди, що є важливим засобом самовираження сучасної людини, надаючи можливість проявляти свою унікальність та належність до певної соціальної групи. Філософсько-культурологічні підходи екзистенціалізму та постмодернізму репрезентують моду як сучасний інструмент, демонстрації власного світогляду й індивідуальності. Семіотичний аналіз показав, що мода є системою знаків і символів, які через певні смисли та ідеї впливають на суспільні норми й очікування;

- означено, що сучасні реклама, кіно, Інтернет і соціальні мережі мають значний вплив на формування і поширення модних тенденцій. Ці медіа платформи сприяють швидкому поширенню інформації про нові тренди та стимулюють попит на певні стилі та бренди. Глобалізація також сприяє інтеграції модних трендів, дозволяючи різним культурам взаємодіяти через моду і створювати нові, гібридні стилі;

- вивчено, що субкультури відіграють важливу роль у розвитку моди, створюючи альтернативні стилі та тенденції, що відрізняються від мейнстрімної моди. Приклади таких субкультур, як панки, готи, хіпі та інші демонструють, як альтернативні модні рухи можуть впливати на основні модні тенденції, привносячи нові ідеї та стилістичні рішення;

- проаналізовано потенційні можливості моди впливати на процеси трансформації сучасних уявлень про стиль та красу на основі досвіду діяльності відомих дизайнерів та митців, які у своїй діяльності використовують моду як інструмент для деконструкції суспільних норм і очікувань, критикуючи традиційні уявлення про стиль та красу. Це проявляється через експериментальні колекції, що ставлять під сумнів усталені канони і пропонують нові погляди на те, що може вважатися красивим чи стильним;

- визначено, що основні тенденції, що формують сучасну моду,

включають швидку змінюваність трендів, підвищену увагу до сталого розвитку і етичної моди, а також зростаючий вплив технологій, зокрема 3D-друку та цифрових платформ. Ці процеси вказують на те, що мода продовжує адаптуватися до змін у суспільстві і технологіях, залишаючись важливим елементом сучасної культури.

Отже, мода в системі сучасної культури виступає як динамічний феномен, що відображає та формує культурні, соціальні та економічні процеси. Вивчення моди як частини культурної системи дозволяє глибше зрозуміти складні взаємозв'язки між індивідуальним і колективним, традиційним і сучасним, локальним і глобальним.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Губаль, Л. М. Стиль і мода в діалозі “традиційна–елітарна–масова” культури / Л. М. Губаль // Наукові праці МАУП. Політичні науки. - 2015. – Вип. 44. - С. 25-31.
2. Кущик, І. В. Особливості трансформації моди як форми комунікації. Питання культурології. 2022. (№ 40). С. 233-241.
3. Мельник М. Т. Мода в контексті художніх практик ХХ століття : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. мистецтвознавства : спец. 26.00.01 "Теорія й історія культури" / Мельник М. Т. – Київ, 2008.
4. Савченко Ю. А. Мода у молодіжній культурі [Електронний ресурс] / Ю. А. Савченко – Режим доступу до ресурсу: http://www.sociology.kharkov.ua/docs/magazin/soc_fut/2_2011/06.pdf.
5. Сурвілайте Д. В. Молодіжні субкультури: сутність та особливості функціонування / Д. в. Сурвілайте. // Актуальні проблеми політики. – 2013. – С. 287–292.
6. Чигур Р. Ю. Феномен глобалізації: соціально-філософський аналіз. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія : Філософія. 2015. Вип. 18. С. 96–102.
7. Шестопалова Ю. А. Еволюція ідеалу краси в динаміці української моди: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. мистецтвознавства : спец. 17.00.01 «теорія та історія культури» / Шестопалова Ю. А. – Київ, 2007. – 164 с.
8. Alden, M. (2003). Ancient Greek Dress. *Costume*, 37(1), 1-16.
9. Arthur Danto and the End of Art. <https://www.cambridgescholars.com/resources/pdfs/978-1-5275-3629-6-sample.pdf>
10. Back, K. W. (2017). Modernism and fashion: A social psychological interpretation. In *Fashion Theory* (pp. 398-407).
11. Ball, J. (2006). Byzantine Dress: Representations of Secular Dress.

Springer. 212 p.

12. Barthes, R. The language of fashion. A&C Black. 2006. 208 p.
13. Baudrillard J. La societe de consommation. Gallimard-Jeunesse, 1996. 318 p.
14. Bell, A. (2010). The subculture concept: A genealogy. In International handbook of criminology (pp. 179-210). Routledge.
15. Belfanti, C. M. (2015). Renaissance and ‘Made in Italy’: marketing Italian fashion through history (1949–1952). *Journal of Modern Italian Studies*, 20(1), 53-66.
16. Blumer H. Fashion: from Class Differentiation to Collective Selection // *The Sociological Quarterly*. Vol. 10. N3. 1969.
17. Bourdieu and ‘Habitus’. <https://www.powercube.net/other-forms-of-power/bourdieu-and-habitus/>
18. Bruzzi, S. Undressing cinema: Clothing and identity in the movies. Routledge. 1997. 248 p.
19. Bug, P., Niemann, C. L., & Welle, L. (2020). Cinema films influencing fashion. *Fashion and film: moving images and consumer behavior*, 9-28.
20. Burbano, E. (2016). Dress and Womanhood of Ancient Rome. <https://digitalworks.union.edu/theses/124/>
21. Carmeli, Z. (2006). Irwin Hoffman’s Constructivist Theory as an Expression of Traditional Psychoanalytic Thinking: A Reexamination of “Ritual and Spontaneity in the Psychoanalytic Process.” *American Imago*, 63(3), 371–385.
22. Chung, M. H. (2013). A study on power dressing in socio-culture. *Journal of the Korea Fashion and Costume Design Association*, 15(1), 31-45.
23. Clarke, J., Hall, S., Jefferson, T., & Roberts, B. (2017). Subcultures, cultures and class. In *Cultural criminology* (pp. 47-116). Routledge.
24. Cleland, L., Davies, G., & Llewellyn-Jones, L. (2007). *Greek and Roman Dress from A to Z* (p. 1535). London and New York: Routledge. 240 p.
25. Cohen, A. K. (2003). A general theory of subcultures. *Culture: Critical concepts in sociology*, 3, 259-69.

26. Craik, J. *The face of fashion: Cultural studies in fashion*. Routledge. 2015. 264 p.
27. Croom, A. (2010). *Roman clothing and fashion*. Amberley Publishing Limited. 160 p.
28. Davis, M. E. (2008). *Classic chic: music, fashion, and modernism* (Vol. 6). Univ of California Press. 354 p.
29. Dawson, T. (2017). *Propriety, Practicality and Pleasure: the Parameters of Women's Dress in Byzantium, AD 1000–1200*. In *Byzantine Women* (pp. 41-75). Routledge.
30. Detmer, D. *Sartre explained: From bad faith to authenticity* (Vol. 6). Open Court Publishing. 2011. 247 p.
31. ElNashar, E. A., & Zlatev, Z. (2016). Ancient egyptian ornaments for the contemporary fashion. *innovation and entrepreneurship applied scientific journal, Innovation and entrepreneurship*. P. 1314-9253.
32. English, B. (2013). *A cultural history of fashion in the 20th and 21st centuries: From catwalk to sidewalk*. A&C Black. 280 p.
33. Geczy, A., & Karaminas, V. (Eds.). (2018). *The end of fashion: Clothing and dress in the age of globalization*. Bloomsbury publishing. 256 p. Ginsburgh, V., & Weyers, S. (2006). Persistence and fashion in art Italian Renaissance from Vasari to Berenson and beyond. *Poetics*, 34(1), 24-44.
34. González, A. M., & Bovone, L. (Eds.). *Identities through fashion: A multidisciplinary approach*. Berg. 2012. 240 p.
35. Harlow, M. (2013). *Dressed women on the streets of the ancient city: What to wear?*. In *Women and the Roman City in the Latin West* (pp. 225-241). Brill.
36. Hauser, A., & Harris, J. *Social History of Art, Volume 3: Rococo, Classicism and Romanticism*. Routledge. 2016. 288 p.
37. Hines, T. (2001). *Globalization: An introduction to fashion markets and fashion marketing*. *Fashion marketing: Contemporary issues*, 121-32.
38. Jacquemin, R. *Medieval and Renaissance Fashion: 90 Full-Color Plates*.

Courier Corporation. 2007. 96 p.

39. Kamel Soleman, R. (2020). The central role of white linen in Ancient Egyptian women's dresses & fashion. -1,(7)7, مجلة كلية السياحة والفنادق. جامعة المنصورة, 20.

40. Kant I. Anthropology from a pragmatic point of view. The Hague : Nijhoff, 1974. 210 p.

41. Kant's Aesthetics and Teleology. The Stanford Encyclopedia of Philosophy. <https://plato.stanford.edu/entries/kant-aesthetics/>

42. Kawlra, A. (2014). Sari and the narrative of nation in 20th century India. Global Textile Encounters. Oxford: Oxbow Books, 213-226.

43. Konina, N., Dolzhenko, I., & Siennicka, M. (2020). The evolution of fashion consumer perception in post-industrial era. Post-Industrial Society: The Choice Between Innovation and Tradition, 223-233.

44. Lawes, R. (2019). Big semiotics: Beyond signs and symbols. International Journal of Market Research, 61(3), 252-265.

45. Lindholm, C. (2018). Fashion and masculinity in Renaissance Florence. Fashion, Style, & Popular Culture, 5(3), 405-409.

46. Lovén, L. L. Clothes, body language, and visual communication in ancient Rome. Med hjärta och hjärna. En vänbok till professor Elisabeth Arwill-Nordbladh, 429-41.

47. Lutfi, N. (2015). The hippies identity in the 1960s and its aftermath. Rubikon: Journal of Transnational American Studies, 2(1), 42-53.

48. Maguire, H. (1990). Garments pleasing to God: the significance of domestic textile designs in the Early Byzantine period. Dumbarton Oaks Papers, 44, 215-224.

49. Martin Margiela and the deconstruction concept. <https://medium.com/@ferreira29gabriela/martin-margiela-and-the-deconstruction-concept-300f6c10eb6c>

Morris, J. (1963). Changing fashions in Roman nomenclature in the early Empire. Listy filologické/Folia philologica, (Čís. 1), 34-46.

50. Maurice Merleau-Ponty. The Stanford Encyclopedia of Philosophy.

<https://plato.stanford.edu/entries/merleau-ponty/>

51. McNeil, P. (2004). The appearance of Enlightenment: refashioning the elites. In *The Enlightenment World* (pp. 395-414).

52. Moore, R., & Roberts, M. (2009). Do-it-yourself mobilization: Punk and social movements. *Mobilization: An International Quarterly*, 14(3), 273-291.

53. Morgado, M. A. (2014). Fashion phenomena and the post-postmodern condition: Enquiry and speculation. *Fashion, Style & Popular Culture*, 1(3), 313-339.

54. Morgan, M., & Bennett, D. (2011). Hip-hop & the global imprint of a black cultural form. *Daedalus*, 140(2), 176-196.

55. Motta, G. (Ed.). (2018). *Fashion through History: Costumes, Symbols, Communication (Volume I) (Vol. 1)*. Cambridge Scholars Publishing. 561 p.

56. Nagel, A. (2004). Fashion and the Now-Time of Renaissance Art. *RES: Anthropology and Aesthetics*, 46(1), 32-52.

57. Park, M. H. (1999). A Study on the Modernism and Post-modernism Expressed in Fashion-Focused on 1980~ 90 American Vogue. *Journal of Fashion Business*, 3(1), 147-158.

58. Polan, B., & Tredre, R. (2020). *The Great Fashion Designers: From Chanel to McQueen, the names that made fashion history*. Bloomsbury Publishing. 396 p.

59. Power Dressing: Charting the Influence of Politics on Fashion. <https://www.vogue.com/article/charting-the-influence-of-politics-on-fashion>

60. *Women's Dress in the Ancient Greek World* / Llewellyn-Jones, Lloyd - Swansea (GB) : The Classical Press of Wales, 2001 - 260 p.

61. Raikhan, S., Moldakhmet, M., Ryskeldy, M., & Alua, M. (2014). The interaction of globalization and culture in the modern world. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 122, 8-12.

62. Rei Kawakubo, founder of Comme des Garçons: Yohji Yamamoto (14). <https://asia.nikkei.com/Spotlight/My-Personal-History/Yohji-Yamamoto/Rei-Kawakubo-founder-of-Comme-des-Garcons-Yohji-Yamamoto-14> Roccas, L. J.

(2006). *Ancient Greek Costume: An Annotated Bibliography, 1784-2005*. McFarland. 175 p.

63. Rosenthal, M. F. (2009). Cultures of Clothing in Later Medieval and Early Modern Europe. *Journal of Medieval and Early Modern Studies*, 39(3), 459-481.

64. Rublack, U. (2016). Renaissance dress, cultures of making, and the period eye. *West 86th: A Journal of Decorative Arts, Design History, and Material Culture*, 23(1), 6-34.

65. Santaella, M., Summers, T., & Belleau, B. (2012). Involvement in fashion advertising: The role of images. *Academy of Business Research*, 2, 69-80.

66. Sylvester, L. (2017). Dress, Fashion, and Anti-Fashion in the Medieval Imagination. *Stasis in the Medieval West? Questioning Change and Continuity*, 253-270.

67. Scuotto, V., Del Giudice, M., Della Peruta, M. R., & Tarba, S. (2017). The performance implications of leveraging internal innovation through social media networks: An empirical verification of the smart fashion industry. *Technological Forecasting and Social Change*, 120, 184-194.

68. Six ways Alexander McQueen changed fashion. <http://news.bbc.co.uk/1/hi/8511404.stm>

69. Shephard, A., Pookulangara, S., Kinley, T. R., & Josiam, B. M. (2016). Media influence, fashion, and shopping: a gender perspective. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 20(1), 4-18.

70. Spooner, C. (2006). *Contemporary gothic*. Reaktion Books. 240 p.

71. Stafford, B. M. (1988). The eighteenth-century: towards an interdisciplinary model. *The Art Bulletin*, 70(1), 6-24.

72. Tarabra, D. (2008). *European art of the eighteenth century*. Getty Publications. 384 p.

73. Tierney, T. (2014). *Byzantine Fashions*. Courier Corporation. 48 p.

74. Veblen T., Verblen T. B. *Theory of leisure class*. Augustus M Kelley Publishers, 1970.

75. Williams, J. P. (2011). *Subcultural theory: Traditions and concepts*. Polity. 216 p.

76. Wilson, L. (2022). Chapter The impact of technological change on medieval fashion. <https://library.oapen.org/handle/20.500.12657/56615>

77. Ülgen, P. (2012). A general overview to the clothing culture in the late medieval Europe. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 11(2), 465-484.