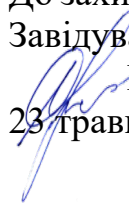


**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МАРІУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІСТОРИЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА КУЛЬТУРОЛОГІЇ**

До захисту допустити:
Завідувач кафедри
 Юлія САБАДАШ
23 травня 2025 р.

«ВПЛИВ ВІЙНИ НА СУЧАСНУ УКРАЇНСЬКУ МОДУ»

Кваліфікаційна робота
здобувача вищої освіти першого
(бакалаврського) рівня вищої освіти
освітньо-професійної програми
«Культурологія»
Матюк Ганни Русланівни

Науковий керівник:
Хороненко О. О.,
Доцент кафедри культурології,
Кандидат історичних наук

Рецензент:
Холодинська С.М.,
доцент, доктор культурології
ДВНЗ
«Приазовський державний технічний університет»

Кваліфікаційна робота захищена з оцінкою 100 А (відмінно)
Секретар ЕК Хороненко О.О.
«05» червня 2025 р.

Київ – 2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОЇ МОДИ В ІСТОРИЧНІЙ РЕТРОСПЕКТИВІ.....	7
1.1. Українська мода: культурний та історичний аспект.....	7
1.2. Міська мода в Україні в ХХ столітті.....	12
1.3. Народне вбрання у різних регіонах України.....	20
Висновки до розділу 1.....	29
РОЗДІЛ 2. ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ МОДИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ.....	31
2.1. Новітні тенденції моди в Україні: від ідентичності до вимог часу (військова тематика в моді).....	31
2.2. Проблематика української моди під час війни.....	38
Висновки до розділу 2.....	45
РОЗДІЛ 3. УКРАЇНСЬКА МОДА ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ФЕНОМЕН.....	47
3.1. Сучасна мода – демонстрація соціального статусу та соціальної ідентифікації.....	47
3.2. Соціокультурні ідеали вітчизняної моди в міжнародній fashion- індустрії.....	52
Висновки до розділу 3.....	58
ВИСНОВКИ.....	60
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	64
ДОДАТКИ.....	69

ВСТУП

Актуальність дослідження. Сучасна українська мода виступає важливим елементом повсякденної культури, що не лише відображає естетичні вподобання суспільства, але й виконує соціально-регулятивну функцію – впливає на формування масової свідомості, норм поведінки та моделей ідентичності. Її вивчення є складним через міждисциплінарний характер явища, що поєднує історичні, соціальні, культурні, психологічні й символічні аспекти.

Одяг протягом тривалого часу виступає в історії культури як важливий елемент адаптації людини до зовнішнього світу. Починаючи з ранніх етапів розвитку людства, сукупність одягу, аксесуарів, взуття, є одним з найважливіших феноменів культури, її основні компоненти мобільні й жваво реагують на зміни, що відбуваються в економічному, соціальному, культурному житті суспільства.

Завдяки значущості встановлених у недалекому минулому норм суспільного існування сучасна людина не розмірковує, у чому піти на роботу (в піжамі чи костюмі), вона звільнена від вибору способу вітання при зустрічі зі знайомим або того, яке дерево потрібно прикрашати напередодні святкування Різдва. Все це заздалегідь визначено і тому не помічається, не заперечується, рутинно, буденно і схильне до «рефлекторного автоматизму». Таким чином, існуючі нормативні шаблони (до яких з упевненістю відноситься мода), які узагальнили соціальний досвід, виконують функцію іманентних, не завжди помітних регуляторів суспільних переваг, що стандартизують механізми поведінки і тим самим інституалізують повсякденне буття індивідів.

Мода є предметом, що вимагає глибокого вивчення ще й тому, що вона впливає на економічний та соціальний розвиток суспільства, а також сприяє соціальній мобільності. Крім того, мода сама постійно змінюється, таким чином її дослідження є актуальним для сучасної культурології. Мода певною

мірою є дзеркалом своєї епохи: вона відображає найяскравіші події життя суспільства, найважливіші досягнення науки і техніки, уявлення людини про навколишній світ, про естетичні ідеали. Можна з упевненістю сказати, що мода – це спосіб інтерпретації людиною важливих політичних, економічних, соціальних та культурних подій, що відбуваються в Україні.

У зв'язку з очевидним зростанням впливу моди на всі сфери сучасного суспільства, на ідентифікацію та репрезентацію індивідуальності людини видається важливим вивчити цей складний і багатогранний феномен у рамках теперішньої реальності.

Мода в сучасному світі стає багатогранним, різноаспектним феноменом української культури, що базується на властивій їй розгалуженій внутрішній структурі та підтримує низку функцій у суспільстві. Саме своєю «рухливістю» в часі, оперативністю реагування та точністю передачі особливостей конкретного періоду та умов розвитку суспільства мода цікава для дослідження. Особливого акценту та гостроти набуває розвиток моди в умовах воєнного стану в Україні. Суперечливість трактувань української моди в цей період історії держави обумовлена зміною орієнтації суспільства, що впливає на рівень мотивації поведінки в моді, і цінності культури загалом.

Об'єктом дослідження є сучасна українська мода.

Предметом дослідження є особливості її розвитку та поширення в умовах воєнного стану в Україні.

Ми ставимо за **мету** дослідження провести ґрунтовний аналіз впливу війни на сучасну українську моду. Для реалізації мети дослідження визначені наступні **завдання**:

- 1) дослідити українську моду через призму культурного та історичного аспектів
- 2) охарактеризувати міську моду в Україні в ХХ столітті;
- 3) проаналізувати народне вбрання у різних регіонах України;
- 4) визначити новітні тенденції моди в Україні через призму військової тематики в моді;

- 5) проаналізувати проблематику української моди під час війни;
- 6) дослідити демонстрацію соціального статусу та соціальної ідентифікації сучасної моди в Україні;
- 7) виділити соціокультурні ідеали вітчизняної моди в міжнародній fashion-індустрії.

Ступінь вивчення теми. Своєрідність проблематики впливу війни на сучасну українську моду не відображає ступінь її наукової розробки. На жаль, у вітчизняній історіографії відсутні напрацювання і розвідки, які б висвітлювали досліджувану тему в повному обсязі. Однак, для дослідження наукову цінність склали деякі положення напрацювань Т. Воронової, О. Гаєвської, Є. Ганущак, О. Задорожної, О. Матюхіної, Т. Мельник та інших.

Теоретично-методологічні засади дипломної роботи ґрунтуються на загальних принципах логіки, історизму, об'єктивності, які передбачають науково-критичне використання різноманітних джерел для опису і аналізу подій та явищ. Жоден із принципів не може претендувати на роль єдиного способу опрацювання такого комплексного феномену, як вплив війни на розвиток сучасної української моди, однак у своїй сукупності вони дозволяють зробити необхідний аналіз.

Методи дослідження. Пріоритетними методами дослідження стали:

- історико-культурологічний;
- історико-порівняльний;
- структурно-функціональний підходи;
- комплекс методів теоретичного, крос-культурного аналізу.

За основу взято положення, що сучасну українську моду як суттєву форму культури визначають дві взаємодіючі тенденції: прагнення до єдності та самоствердження; рух до змін попри тягар війни, створення особливих і унікальних характеристик.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що дипломна робота характеризується новою постановкою проблеми сучасної української моди в

умовах війни, дослідженням сучасних тенденцій її розвитку в межах держави та популяризації закордоном.

Практичне значення роботи полягає в тому, що її положення і висновки дають можливість краще зрозуміти проблему функціонування сучасної української моди через призму проблематики війни, яка на ній відображається. Результати бакалаврської роботи мають практичне застосування, адже вони можуть служити основою для розробки нових програм та доповнення вже наявних. Особливо це стосується «Історії моди та дизайну».

Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів (9 підрозділів), висновків, списку використаних джерел і додатків. У вступі обґрунтовується наукова актуальність теми, визначаються об'єкт, предмет, мета, завдання, методи дослідження та визначення наукової новизни роботи та її практичне значення. Висновки підсумовують результати дослідження у дипломній роботі й роблять певні узагальнення.

При підготовці дослідження були використані доступні джерела та література українською та англійською мовами, різні за своєю спрямованістю, науковою цінністю, методами дослідження, висновками та рекомендаціями. Велика кількість джерел, зокрема ресурси відомих вітчизняних брендів України дала змогу провести аналіз матеріалів для ретельного дослідження поставленої проблеми. Для дослідження також було використано міжнародну електронну інформаційну мережу Інтернет.

Апробація результатів. Результати дослідження та основні положення кваліфікаційної роботи представлені в наукових конференціях :

міжнародних: «Українська мода першої половини ХХ століття – народне вбрання і міська мода»(Київ. 22 листопада 2022р.); «Тенденції української моди протягом другої половини ХХ століття» (Київ. 22 листопада 2023р.); «Вплив війни на сучасну українську моду»(Київ. 27 листопада 2024р.).

РОЗДІЛ 1

РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОЇ МОДИ В ІСТОРИЧНІЙ РЕТРОСПЕКТИВІ

1.1. Українська мода: культурний та історичний аспект

Напевно, можна погодитися з висловом Оскара Уайльда про те, що одяг може бути витвором мистецтва. Одяг як частина матеріальної культури є яскравим артефактом, що демонструє звичаї цілої доби. Історія української моди – цікавий напрям у сучасній науці. Останні десятиліття опубліковано багато робіт про історію одягу тощо. Що перебуває у центрі уваги дослідників? Сучасні автори прагнуть як найдетальніше вивчити історичну дійсність, виявити соціальні, гендерні відмінності, які панували у суспільстві в той чи інший період.

Мода – феномен культури (притаманний усім культурам динамічного типу), який одночасно є складовою культури, тобто охоплює певну кількість її елементів (будучи інститутом у культурі), і водночас певним типом культурного механізму.

Мода є складовою культури лише на рівні окремого інституту, існує як окрема (щодо закритості) субкультура. Йдеться про інститут моди одягу. В іншому розумінні мода – позарівневий елемент культури, що охоплює різні сфери культури. Більшою мірою механізм поширення феноменів набуття статусу. Таке розуміння стосується понять «модний» та «модності» може бути пристосовано до різних феноменів та артефактів культури. Це поняття відображає процесуальність та механізм набуття статусу, взаємозв'язок традиційних та інноваційних елементів культури.

У найвживанішому значенні «мода» – це нетривале домінування у суспільстві певного смаку [25; 27]. Спеціальний термін «мода» означає особливу сферу людської діяльності з виготовлення, розповсюдження та вживання предметів першої необхідності (одяг, взуття тощо). У ній органічно

поєднується матеріальне виробництво, підприємництво та художня (мистецтвознавча) практика [1].

Легкість сприйняття моди у тому, що вона змінює «верхній шар», зовнішню поверхню культурних елементів, не змінюючи при цьому її сутності. Мода надає постійний статус і форму, що постійно змінюється. Найяскравіша ілюстрація – це одяг. Модний одяг змінюється щосезону, але насамперед через цю тенденцію мінливості він надає суб'єкту моди статусу модного. Бути модним означає вчасно змінюватися.

Непостійність моди – один із основних її показників. Слово «мода» походить від латинського *modus*, що означає певну міру чи розмір. Споріднені слова – модуль, модель – означають різновид, подібність, зразок [38]. Мода, і навіть кілька категорій культури, наприклад, стиль, є тими феноменами, через які проявляє себе вся епоха. Стиль демонструє стійкість, стабільність, традицію. Певна обмеженість стилів забезпечує циклічність у моді, що є її характеристикою.

Через циклічність мода пов'язує себе з минулим. Мода, за бінарним поділом, належить до динамічного типу нашого суспільства та культури, оскільки є зрізом сучасності, часто – синонімом сучасності. «Модний» та «сучасний» близькі поняття. Сучасність може черпати свої життєві сили в минулому, це запозичення в минулому не стільки форм, скільки змістів – кажуть, наприклад, «атмосфера сімдесятих», тому що запозичують не тільки і не скільки форму суконь, скільки світогляд і цінності того часу, власне тому відбувається поділ на епохи та звернення, повернення до них. Мода може бути залученням до минулого, ідентифікацією з минулим.

Одночасно модні артефакти культури є символами своєї доби, її знаками. Продукти індустрії моди виконують не лише утилітарні функції, вони сигналізують час свого створення (наприклад, у період війни), є матеріальними свідченнями світоглядних основ культури, у яких зосереджуються художньо-теоретичні вчення, концепції, погляди, маніфестації, поширені у конкретній культурній ситуації.

Наближеність стилю і моди за функціями прояву характерних ознак конкретного періоду підкреслюють як дослідники, так і художники: стиль народжується не лише тоді, коли художник розумом пізнає ідеали свого часу, а й тоді, коли він інакше неспроможний вже відчувати, коли ідеологія його століття, його народу стає його особистою ідеологією. Стиль це спосіб вираження епохи чи періоду у будь-якому мистецтві [25, с. 18]. Відповідна роль і в моди, зокрема, моди на стиль.

Кожна мода – це дзеркало часу, але тільки після того, як її буде прийнято окремим соціальним колом, народом. Її крива йде нагору з популярністю, збільшується кількість тих, хто отримує від неї задоволення. Коли мода досягає найвищої точки, коли виникає загроза перетворення модного одягу на одноманітне формене обмундирування, мода перестає бути модою, цикл різко обривається або поступово згасає [10].

Динаміка соціальних процесів зумовила стрімку зміну суспільного сприйняття, економічну та політичну нестабільність, зіштовхувала та «перемішала» різні стани. Першочергову роль у суспільному та політичному житті починають відігравати партії, цивільно-політичні об'єднання, асоціації тощо [1].

Крім того, мода – це один із найважливіших механізмів культури. Це механізм короткочасної популярності, до якого часто долучається певна демонстрація (наприклад, громадянської позиції). Цей механізм особливо посилюється у культурі масового типу. Одночасно це механізм з'єднання індивідуалізації та уніфікації.

У системі культури мода – це феномен, який свідчить про сучасні вимоги до продуктів культури, тому розвиток її національного варіанта – важлива умова одночасної модернізації та збереження самобутності. Позначимо основні зв'язки моди та інших компонентів культури. Одним із найважливіших є подвійний зв'язок з масовою культурою. В масовій культурі мода – один із механізмів актуалізації культурного зразка, мода у масовій культурі – цілий інститут – мода одягу.

Необхідність стандартизації та типізації всіх предметів побуту та житлових будинків висунула завдання вивчення законів моди та її регулювання. Модою зацікавилися психологи, соціологи, економісти і навіть військові [43, с. 17]. У результаті культурологічні дослідження моди стосуються переважно її співвідношення з масовою культурою.

У культурному просторі мода співвідноситься з більшістю компонентів культури, тому що має символічний статус, через символічні структури вона співвідноситься з іншими компонентами. Одяг для людини – це той об’єкт, у якому вона має можливість висловити своє особисте художнє уявлення про світ, який оточує її, тощо.

На окрему увагу заслуговує зв’язок культурних компонентів «мода – традиція», що безпосередньо стосується специфіки дослідження та феномену впровадження в моду етнічного компонента. У сучасній культурі місце етнічного перебуває у просторі «символічної автентичності», тобто є не просто автентичною частиною культури, а символічною формою, оскільки може бути вписана в іншу культурну реальність, і більшою мірою відображає уявлення і усталений образ феномена, ніж феномен як такий.

У системі сучасної культури є спеціально відведене місце для автентичної культури – вона займає певний символічний простір, вимагає захищеності, відродження та збереження. У світовій та українській культурі одягу вже сформувався певний стиль етномоди, наприклад, поєднання вишиванок із джинсами чи піксельними штанами – класика етномоди сучасності.

В Україні стає все моднішим не лише сам по собі етностиль, а, щонайперше, загальна зацікавленість етнічним, національним у період відсічі військовій російській агресії і відстоювання власної державності, території. Українську вишиванку не можна розглядати лише через поняття моди, оскільки саме цей феномен поєднує в собі ніби протилежні елементи культури – моду та традицію. Модним стає традиційний елемент культури.

Часи плінні, звичаї зазнають змін, а мода невпинно диктує нові тренди. Зазвичай, у найбільш вживаному значенні, мода – це тимчасове домінування у суспільстві певного смаку. Спеціальне поняття «мода» визначає особливу сферу людської діяльності, пов'язану з виробництвом, розповсюдженням та споживанням предметів першої потреби (одяг, взуття та інше). В цій сфері гармонійно поєднуються матеріальне виробництво, підприємництво та художня (мистецька) практика.

Українська модна індустрія почала стрімкий зліт вже після проголошення незалежності: один за другим відкриваються будинки моди, ініційовано Ukrainian Fashion Week, активно функціонує Українська палата моди, організовуються фестивалі, експозиції мистецтва, видаються модні журнали. Тобто сформовано сучасний фундамент, котрий здатен забезпечити повноцінний розвиток цього сектору.

Але, навіть на внутрішньому просторі, вона ще не набула достатньої конкурентоздатності. Окрім браку капіталовкладень у виробництво та дефіциту кваліфікованих управлінців і маркетологів, низьким залишається естетичний стандарт продукції вітчизняної fashion-індустрії.

В Україні, яка значну частину двадцятого століття була під радянською владою, поняття моди асоціювалося з марнотратством, зі шкідливим впливом капіталізму. Вітчизняні традиції «високого» пошиття були розвинені слабо. Моду все ще не визнавали справжнім мистецтвом. За радянської епохи мода майже не піддавалася спеціальним науковим дослідженням через ідеологічні та політичні перепони.

Лише в останні роки спостерігається зростаючий інтерес до цього явища серед українських дослідників, зокрема, в роботах Л. Дихнич, Н. Камінської, Г. Куц, Ю. Легенького, С. Нікуленко, Л. Ткаченко, Ю. Шестопалової. Дослідники акцентують увагу на філософсько-естетичних та соціокультурних аспектах моди, на художніх особливостях модного костюму різних епох, а також на специфіці виникнення та поширення модних тенденцій в суспільстві.

У XX столітті зародилися перші українські модельєри та дизайнери, які створювали власні лінії одягу та представляли їх на міжнародних подіумах. Із проголошенням Незалежності України почали організовувати модні покази та значні фешн-івенти. Через них творчі особистості почали акцентувати увагу українців на важливих суспільних питаннях, наприклад, про охорону природи та захист тварин. Нині, використовуючи моду, дизайнери привертають увагу світової спільноти до української проблематики у зв'язку з повномасштабним російським вторгненням в Україну.

Отже, через циклічність мода пов'язує себе з історією, культурою, минулим. Мода, за бінарним поділом, належить до динамічного типу нашого суспільства та культури, оскільки є зрізом сучасності, часто – синонімом сучасності. Сучасність може черпати свої життєві сили в минулому, це запозичення в минулому не стільки форм, скільки змістів

1.2. Міська мода в Україні в XX столітті

Модний міський одяг, який виник та поширився наприкінці XIX століття, мав свої історичні передумови. Будь-яка модна тенденція не виникає сама по собі. «Весна народів» 1848–1849 років сприяла піднесенню національної свідомості. З середини XIX століття зростало зацікавлення сільською народною культурою серед представників середнього і вищого класу. Це яскраво проявлялось у середовищі творчої інтелігенції і мало різні назви: слов'янофільство, хлопоманія, народництво [14].

На початку XX століття гардероб та головні тренди міщанського вбрання в Україні були значно відмінні від сучасних, як і їх вартість. Оскільки в той час не було такого розмаїття брендів та доступу до масового виробництва, витрати на гардероб були залежні від соціального статусу та доходів людей.

Головні тренди міщанського вбрання на початку XX століття [13] представлено схематично на рисунку 1.1:

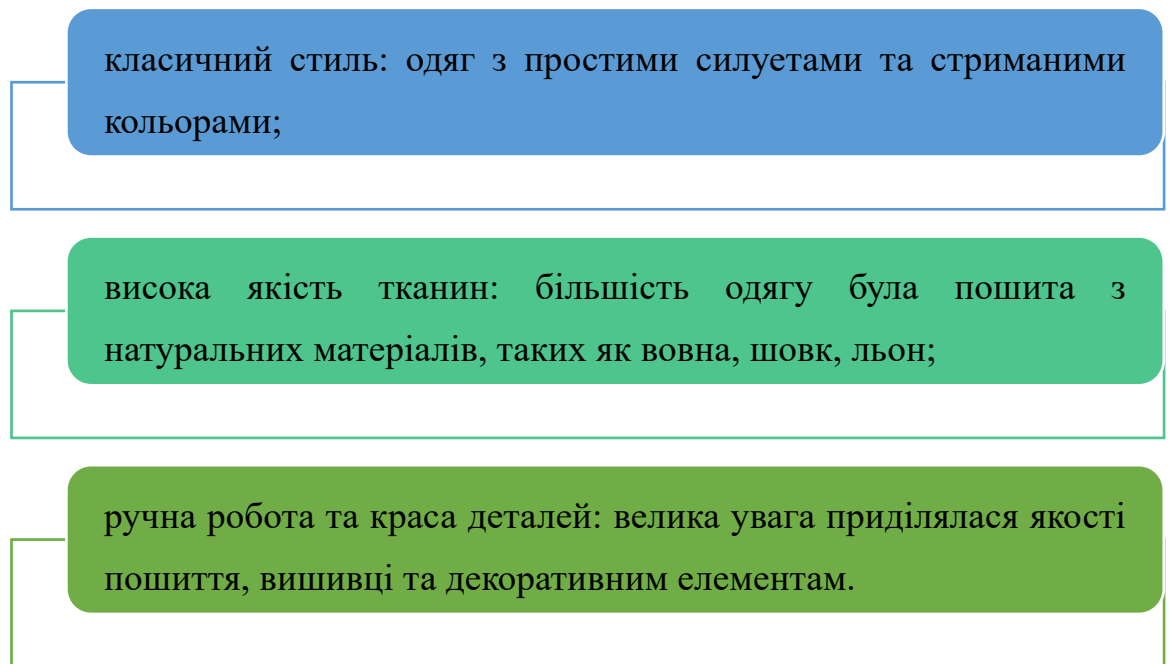


Рис. 1.1. Тренди міщанського вбрання початку XX століття

Одним із головних трендів міщанського вбрання початку XX століття була спрощеність та практичність. Поступово змінювалась мода з важких та об'ємних силуетів до більш легких та комфортних форм. У жіночому вбранні став акцентуватися на простоті та елегантності, а кутюр'є надавали перевагу граціозним силуетам та натуральним тканинам.

Щодо кольорів, популярними були природні відтінки, такі як пастельні тона, відтінки білого та кремового. Такі кольори додавали вбранню ніжності та витонченості. Також використовувалися яскраві акценти, зокрема, червоний, зелений та синій.

Щодо аксесуарів, жінки носили шляпки з різними формами та квітковими прикрасами, перчатки, великі сумки та витончені прикраси (Додаток 4). В мужній моді акцентувалася увага на краватках, жилетках та шапках.

Прикраси мали велике значення та відігравали важливу роль у культурі. Вони носилися не лише з естетичною метою, а й мали символічне значення та відображали соціальний статус людини, її місце в суспільстві та сім'ї.

Однією з найпоширеніших прикрас були намиста. Вони були виготовлені з натуральних матеріалів, таких як дерево, камінь, кістка, бісер, скло, а також з металу. Намиста мали різні форми та розміри, від крупних до дрібних, від геометричних до рослинних орнаментів.

Також популярними прикрасами були сережки. Вони зазвичай виготовлялися зі срібла або золота, а також з дерева, кістки, скла або бісеру. Сережки мали різноманітні форми та розміри, від простих кільцевих до складних прикрас у вигляді квітів, зірок, тварин.

Вартість одягу на початку XX століття також була різною. Вона залежала від таких факторів, як клас соціального статусу, професія та доступність модних товарів [29; 30]. Найзаможніші верстви населення могли дозволити собі замовляти вишукані та ексклюзивні моделі у місцевих кравецьких ательє або покупати імпортований одяг. Витрати на гардероб були значно вищими для цієї верстви населення.

Середній клас може бути залучений до масового виробництва, але все ж з обмеженим вибором стилю та брендів. Вони могли шити одяг самостійно або купувати готові вироби у магазинах. Бідніші соціальні верстви зазвичай обмежувалися простими, доступними і недорогими речами.

Загальна вартість гардероба на початку XX століття була різною і залежала від багатьох факторів. Вишукані та ексклюзивні моделі, які виготовлялися на замовлення в кравецьких ательє або імпортований одяг, були дорогими і придатними для заможних верств населення.

Для того щоб придбати жіночий капелюшок, робітник мав працювати близько пів місяця, а ціна сукні дорівнювала вартості оренди шестикімнатної мебльованої квартири у престижному районі столиці на місяць (Додаток 5).

Також варто зазначити, що на початку XX століття поняття модних трендів було менш актуальним, оскільки відсутність швидкого доступу до інформації та віддаленість від модних центрів Європи обмежували доступ до останніх модних тенденцій. Одяг більшості людей був практичним, функціональним і відображав культурні та соціальні норми того часу.

Проте ті, хто мав більші статки, не лише цікавилися модними тенденціями того часу й купували якісні речі, а й читали відповідну літературу. На початку минулого століття виходили такі переважно жіночі видання, які стосувалися моди і не тільки (рисунок 1.2):

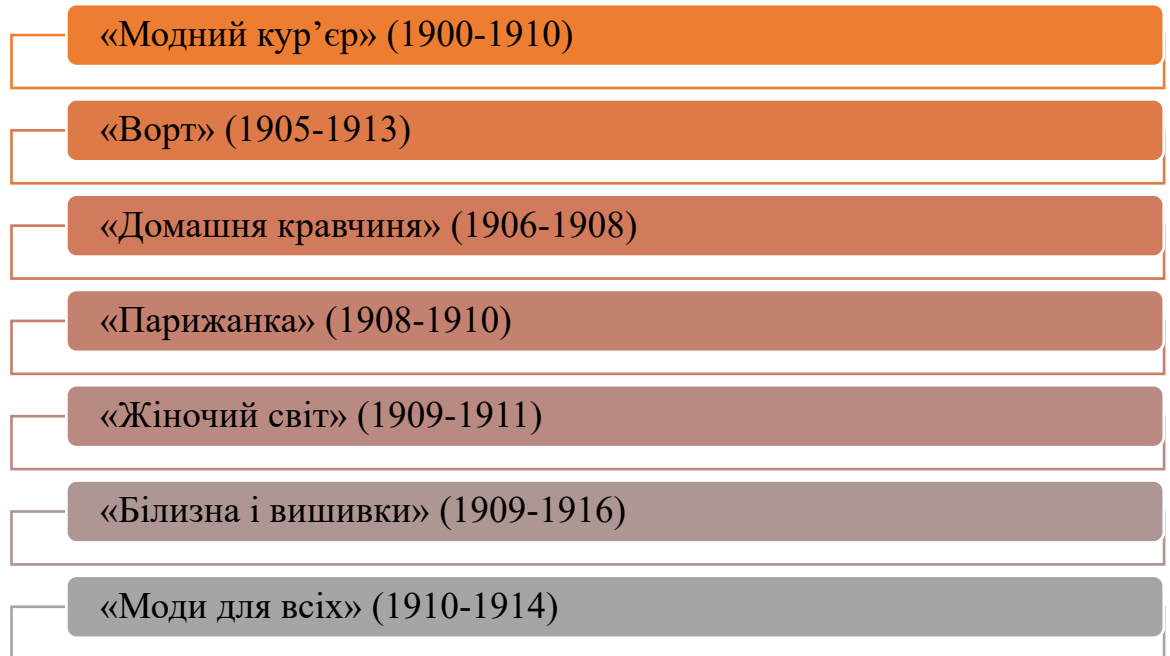


Рис. 1.2. Видання про моду початку XX століття

Також продовжили свою роботу журнали, створені в останній чверті XIX ст. [6, с. 132]:



Рис. 1.3. Видання про моду, створені в останній чверті XIX ст.

На самому початку XX століття, коли Європу заповнив стиль модерн, на Галичині він отримав власну назву – сецесія. Справі розквіту сецесії сприяло пожвавлення мистецького життя у Львові. Моду сецесії активно поширювали знані культурні та громадські постаті – С. Крушельницька, Г. Запольська, Олена та Ольга Кульчицькі, родина Шухевичів, І. Сольська. Всюди, на виставках і в крамницях можна було зустріти сецесійну моду в буденному житті – від капелюхів та краваток до меблів і килимів. Прагнення до оздоблення, тонкі пастельні відтінки, силует, втягнутий у корсет сукні, верх злегка нахилений вперед («голубина грудьми»), плаский живіт, трохи відведена назад нижня частина сукні з спідницею, що плавно розширюється донизу, і, зрештою, великі капелюхи на голові перетворювали жінок на чарівне і прекрасне створіння. Складки витонченої сукні, які плавно спускалися, наслідували вибагливі лінії сецесії, естетика якого відображала жіночність, природність.

Чоловічий костюм мав покаті плечі, окреслену лінію талії, а також вузькі штани. На щодень – піджак на один ряд гудзиків, з відкладним коміром та лацканами, штани на підтяжках, прихована жилетка та сорочка з комірцем-стійкою, що доповнюється тонкою краваткою. Урочистості ж передбачають метелика або ж мушку. Головним убором міг бути капелюх, циліндр на короткій стрижці, а образ доповнювали доглянуті вуса або коротка борідка. Саме в такому вигляді поставали перед публікою політичні діячі [20].

Соціально-економічний фактор сприяв поширенню народного вбрання в міських умовах. Київ, як соціальний організм, завжди був тісно пов'язаний зі своїми передмістями через торгово-економічні зв'язки. Мешканці навколишніх сіл постачали місту продукти харчування, що забезпечувало його життєдіяльність. Одним із характерних носіїв українського вбрання можна вважати маятникового мігранта, який приїжджав до міста з села для реалізації власної продукції.

Серед міських служниць часто можна було зустріти традиційне сільське вбрання, яке свідчило про їхню вірність закладеним культурним традиціям, а

іноді й про неможливість курити нове вбрання. У оповіданні І. Нечуя-Левицького «Київські прохачі» описується ситуація, коли навіть у небагатих родинх існувало прислужування: «Молода наймичка, сільська дівчина, босоніж і в одній вишиваній сорочці, внесла самовар і поставила на столі» [28, с. 450].

Соціально-економічні та релігійно-обрядові аспекти поширення українського народного вбрання в міському середовищі Києва та інших великих міст є наслідком впливу сільської культури. Основним механізмом цього впливу стала «традиція», яка слугувала засобом самовідновлення етнокультурного явища.

Інший підхід до використання народного сільського вбрання в міських умовах сформувався серед української інтелігенції. Етноідентифікаційний фактор належить до сфери духовного життя і є результатом складного та тривалого процесу рефлексії щодо усвідомлення власної національної ідентичності. Українська ідея мала не лише духовно-ідеологічний вимір у системі переконань і громадянських позицій, але й її реалізація в історичних умовах пов'язана з утвердженням матеріально оформленої системи національних маркерів.

Головний механізм традиції, що відповідає за передачу етнокультурних кодів, поступається новому – рефлексіям національної самоідентифікації. Це явище варто розглядати в контексті європейської хвилі захоплення культурою власного народу, що виникла ще в середині XIX століття. Використання народного вбрання з символічним значенням в гардеробі представниками статусних суспільних груп – дворянства та прогресивного міщанства, які раніше вважали себе частиною ідентифікаційної системи держави, виконувало важливу роль у об'єднанні всіх верств українського суспільства навколо національної ідеї [23].

Перша чверть XX століття і період до початку Другої світової війни, аж до 1939 року, ознаменувався різноманітністю та елегантністю в міській моді. З'явилися нові тканини: шифон та шовк. На той час на Заході були популярні:

- довгі сукні з акцентом на талії;
- розкльошені спідниці та блузки,
- деталі в стилі ар-деко;
- дорогі тканини та багаті прикраси.

Чоловіча мода також була чудова:

- класичні костюми;
- жилети;
- краватки;
- капелюхи та аксесуари.

Все це поступово «вливалося» в моду і в Україні. Тенденції моди в радянський період також мали свої особливості (рисунок 1.4):

стриманість та практичність: необхідність економити ресурси означала використання менш дорогих матеріалів та спрощення дизайну;

відсутність іноземної моди: через обмежений доступ до іноземних товарів, радянська мода розвивалася самостійно, що спричинило створення унікального стилю;

обмеження в споживанні: обмежене використання ресурсів відбилося у дбайливому ставленні до одягу, який став довговічнішим та функціональнішим;

палітра кольорів: основними кольорами були темні і нейтральні, сірий, коричневий, чорний і зелений. Яскраві кольори були рідкісними.

Рис. 1.4. Українські тенденції моди радянського періоду

Отже, мода в УРСР напередодні війни поєднувала у собі патріотизм, практичність та стриманість. Із початком Другої світової такі ключові фактори вплинули на те, як почали одягатися люди в містах:

Обмежені ресурси та матеріали: багато матеріалів, включаючи метал, шовк, стали дефіцитними.

Скорочення обсягів: через дефіцит матеріалів, дизайнери стали створювати одяг стриманішого крою.

Стримані кольори: яскраві та «соковиті» кольори змінили стримані та темні відтінки.

Збереження стилю: незважаючи на обмеження, жінки намагалися зберегти індивідуальність. Для цього використовувалися аксесуари: капелюхи, рукавички та брошки.

Чоловіча мода: став популярним військовий стиль з широкими плечима та просторими пальтами. Багато чоловіків носили військову форму.

Форма для жінок: багато жінок працювали на заводах, воювали на фронті і були медпрацівницями, тому вони мали форму (робочу, військову, білі халати).

Із початком війни мода стала практичнішою. Військовий вплив був помітний у таких деталях одягу, як кишені, гудзики та елементи обмундирування. Жінки носили костюми з прямішими лініями. Мода стала економічнішою. Використання меншої кількості тканини та спрощені дизайни були характерними рисами.

Після закінчення війни життя почало відновлюватися. Однак мода залишалася стриманою, і ще багато років позначався вплив утилітарного стилю.

У моді з'явилися такі напрямки:

- експерименти із національними мотивами;
- розвиток українського радянського стилю як самостійного та самобутнього;
- упровадження авангардних ідей та стилів.

Жінки починають носити сумки через плече, що нагадують офіцерську планшетку або сумку листоноші. Вони набагато місткіші і зручніші за ридикюлі і залишали руки вільними. Набули широкого поширення обтягнуті тканиною гудзики. Робили їх через те, що купити кілька однакових гудзиків на сукню або блузу було неможливо, тому підбирали більш-менш підходящі за розміром і обтягували клаптями. Через нестачу шкіри все більш популярним стає взуття з тканини, з відкритим миском і п'ятою. Косметика у роки війни стала справжньою розкішшю. Компоненти для її виробництва – спирт, вазелін, тваринні жири, сировина для барвників – йшли на потреби фронту. Проте її продовжували виробляти, хоча й обмежено.

Мода завжди була і залишається відображенням часу. Друга світова війна залишила незабутній слід на зовнішньому вигляді українських жінок: саме тоді почав формуватися в основних рисах той костюм, який ми носимо і сьогодні.

Жінка завжди хоче бути красивою та привабливою, тому які б виклики не кидало життя, мода не вмирає, а трансформується й адаптується. Незважаючи на труднощі та суттєві обмеження воєнного часу, вона аж ніяк не втратила своєї значущості. Залишаючись яскравим нагадуванням про інші, благополучні та щасливі часи, для багатьох людей вона стала віддушиною та символом надії на закінчення війни.

Таким чином, гардероб та модні тренди міщанського вбрання на початку і в середині XX століття в Україні були відмінні від сучасних, враховуючи доступність, соціальний статус та рівень розвитку модної індустрії, а також високу вартість й різноманітні дефіцити.

1.3. Народне вбрання у різних регіонах України

У XIX – на початку XX ст. в Україні сформувалося кілька регіональних комплексів одягу, які відзначалися художніми особливостями.

Одяговий комплекс центральної лісостепової зони характеризується різноманітністю форм жіночого поясного та верхнього одягу з доморобної вовняної тканини. У середній Наддніпрянщині з лівобережними та степовими районами, наприклад, комплект жіночого одягу включав приталені сорочки, різнокольорові картаті запаски, плахти, дерги – незшиті прямокутні шматки вовняної тканини, якими жінки сповивали. Їхні пояси або підперезали їх до пояса.

Композиційну єдність одягу доповнював корсет, який залишався тут надовго навіть тоді, коли на зміну плахті прийшли фабричні ситцеві спідниці. У різних районах Наддніпрянщини він мав свої особливості в крої, характері та колориті орнаментів. З овечих шкур шили зимовий верхній одяг (шуби та кожухи). З домотканого полотна різного кольору шили юпки, які іноді обтягували фабричними тканинами. На початку XX століття панівне місце займала магазинна юпка [29].

Голови жінок покривали переважно хустками, зав'язуючи їх різними способами. Поширені в минулому столітті візерунки стали лише святковим вбранням жінок похилого віку. Святковими головними уборами дівчат були квіти, вінки – «теремки» та «надбрівники». Завершували комплекс жіночого одягу прикраси: намиста, коралі, бурштин, гранати з дуками місцевого виробництва.

Чоловічий одяг складався з вишитої сорочки поверх широких штанів, білої або коричневої свитки, кобеняка, киреї, чемерки, каптанки, кожуха, куцини, кунтуша. Чемерки, каптанки, куртки та пальта відрізнялися лише кроєм. Взимку носили широкі і довгі кожухи з високими комірами, які залежно від погоди закидали на спину або піднімали вгору [37].

Чоловічі головні убори залежно від пори року поділялися на баранячі високі і низькі круглі шапки, кучми, ярмулки, брилі і капелюхи.

Пояси були аксесуаром жіночого та чоловічого одягу. На Полтавщині та Київщині вони були переважно червоного кольору, прикрашені різнокольоровими смугами [2].

Чоловічим взуттям були чоботи та постоли. Жінки носили кольорові, переважно червоні, сап'яни.

Одяг центральних районів характеризується складністю і вишуканістю форм. Силует – дзвоноподібний, зі спущеними донизу зборками або клинами, окреслена талія. Колір різнокольоровий. Для оздоблення використовували вишивку у техніці вирізування, ліплення, сітка, гілочка, хрестик (на сорочках), мереживна аплікація (на білих світах), візерунковий орнамент (на жакетах).

Одяг Південного Причорномор'я має багато спільних рис з одягом центральної лісостепової зони за типовими формами, стилістичними та колоритними ознаками.

На Волині жіночі сорочки та набедрені пов'язки шили з білого полотна, з прикрасами та червоними облямівками. Були поширені червоні вовняні запаски, пересічені кольоровими смугами, або біле сукно з червоним орнаментом. Крім очіпок – старовинного головного убору – жінки носили вишиті, домоткані хустки. Верхній одяг становили свитки, білі або сірі кожухи з домотканих суконь, а як взуття використовували ткані личаки.

До відповідного чоловічого одягу входили сорочка, полотняні штани, вовняний або тканий пояс. На голову солом'яний капелюх або кепка. Взимку цей одяг доповнювали білим або сірим домотканим платтям, а влітку – білим полотняним кафтаном.

Поліський комплекс порівняно з волинським характеризується більшою одноманітністю та простотою. Жіночі сорочки прикрашені червоною вишивкою. Жінки носили смугасті спідниці, кольорові корсети з глибоким вирізом на грудях. Вовняні, домашні світи, однак за кроєм у жінок і чоловіків прикрашалися яскравою вишивкою і підперезувалися барвистими поясами. Біднота в основному використовувала пояси з нефарбованої вовни.

У північних районах Чернігівщини як поясний жіночий одяг вживали запаски, плаhti, спідниці (Додаток 3). Поясний і верхній одяг підперезували тканими поясами. Чоловічі сорочки побутували двох типів: раніше – із розрізом посередині, стоячим низьким коміром і чохлами, а пізніше – із

вишитим рукавом і коміром, що застібався на лівий бік. Сорочка була заправлена в штани. Чоловічий верхній одяг, крім жупана, складався зі свити, киреї з кобеняком, кожухів із чорної стрічки, а головним убором був суконний картуз різної форми з козирками [35].

Характерний силует північнопольського комплексу одягу – злегка приталена лінія плечових частин (корсетів і свиток) і розширена до низу – стегон. І в літньому, і в зимовому одязі переважав білий колір. Для орнаменту вишивок і узорчастих тканих матеріалів характерна побудова горизонтальних смуг і зіставлення червоного і невеликої кількості чорного або синього кольорів (на сорочках, андараках, запасках, хустках і свитках).

На Поділлі носили широкі складчасті сорочки з вишитими лацканами, вузьким коміром і суцільними рукавами, що збиралися на зап'ясті в смужку і зав'язувалися вище ліктя. Простим жіночим одягом були полотняні або ситцеві спідниці та вовняні запаски. У південних районах Поділля спідницю замінювали чорні обмотки, рідше з кольорових ниток, які прилягали до талії. Головним убором були каптур з круглим низом і хустка, яка складалася по діагоналі трикутником.

Чоловічі сорочки були довгими, тунікоподібними, з коміром-стійкою, шилися з доморобного сукна, одягалися поверх полотняних штанів і підперезалися подолом або шкіряним поясом. Святкові сорочки прикрашали вишивкою.

На Тернопільщині були поширені короткі сорочки з коміром-стійкою, вишиті чорним, червоним і жовтим хрестиком; візерунки геометричні. Спідницю носили в складку, а під кінець XIX ст. – із фабричної тканини. Запаска – полотняна, з одного куска тканини, прикрашена вишивкою і тороками. Голову пов'язували маленькою хусткою. Верхнім одягом слугували короткі, до колін, стьобані кафтани з чорної тканини та кожухи, вишиті червоною заполоччу.

Подільський типовий одяг має своєрідний колорит. Тут переважає чорний колір з невеликою кількістю жовтого і червоного. Серед прикрас

характерна вишивка – різнокольоровими або білими лляними нитками по білому і чорному – по низу (сорочки, кожухи, кожухи) [21].

У зоні Передкарпаття, до якої входить територія сучасних західних областей України, особливої уваги заслуговують комплекси одягу Північного Передкарпаття, Буковини, Покуття, Закарпаття та гірських районів Карпат.

Для комплексу жіночого одягу північнокарпатського регіону характерні сорочки зі вставками, з проймами посередині, полотняні або плісовані спідниці, зібрані на талії і розміщені в складки, суцільні або зшиті з двох частин запаски, хустки з саморобних виробів. полотно, оздоблене вишивкою, рідше тканим візерунком.

Верхній одяг складався з парусинових курток, коротких кафтанів, лейбиків, кабатів, білих або темно-коричневих свит, підперезаних тканим поясом, опанчів і сукманів. Пізніше їх місце займають короткі жакети, спенсери, каптани з рукавами, прикрашені мереживними аплікаціями.

У чоловічому одязі Північного Прикарпаття переважають тунікоподібна вишита сорочка з мережкою по всіх швах, яка підперезалася широким вовняним візерунчастим поясом, та довгі полотняні штани, іноді зібрані впоперек. Поверх сорочок одягали кожухи. Головний убір – солом'яний капелюх, прикрашений стрічками, квітами з різнокольорового бісеру, плетеним намистом тощо Для комплексу одягу Північного Прикарпаття характерні дрібні оборки на сорочках, спідницях, запасках, штанах. Локальні особливості деталей виявляються в колориті, візерунках і техніці вишивки [34].

Жіночий одяг Приністров'я (Буковини та Покуття) складався з довгої сорочки-двійки, тканой вовняної сорочки (вузької), запаски та короткого кептаря (до пояса), що надавало силуету одягу стрункості та стрункості. трохи витягнута лінія. На Буковині жіночі сорочки пишніше прикрашають вишивкою – шовковими нитками та кольоровим бісером. Колорит одягу з перевагою темних кольорів гармонійно поєднує всі його частини в єдиний

художній ансамбль. В одязі Покуття домінує червоний колір. Оздоблення багате, пишне (розмітки парканами, вишивка на сорочках).

Для комплексу одягу південно-західних районів Закарпаття характерні короткі сорочки з розрізом збоку або на плечах. Їх головна прикраса – зморшки і брижі, прикрашені різнокольоровими нитками. Як поясний одяг використовували широкі спідниці з кольорової тканини, зшиті в зборки, і фартухи. Верхній одяг – безрукавка (бунда), а з давніших форм – гуні з білого сукна, з довгим ворсом, вільні з прямою спинкою, або жакети з сірого сукна [21].

Одяг українських верховино-гуцулів, бойків і лемків вирізнявся своєрідними художніми особливостями, мальовничістю, багатством оздоблення.

Вбрання жінки-гуцулки – сорочка-двійка зі вставками, дві запаски (замість спідниці), кептар із барвистою аплікацією, постолі, капчури ручного в'язання (Додаток 2).

Взимку носили сердак із чорного домотканого полотна з яскравою вишивкою, на свята – гуглю з білого полотна. Чоловіки одягали короткі підперезані сорочки поверх довгих широких штанів з грубого білого сукна (поркениці) або червоного сукна (крашаниці), іноді поверх чорних або білих суконних голош – гачі. В якості верхнього одягу використовувалося вовняний сердак. Із головних уборів найпоширенішими були чорні повстяні капелюхи (кресани).

Багатство оздоблення особливо яскраво виявляється у вишивці, ткацтві, аплікаціях із полотна та сап'яну, виробих з металу. Ансамбль одягу доповнюють різноманітні декоративні елементи. Гуцульський одяг характеризується яскравим колоритом, переважно різних відтінків теплих кольорів.

Форми гуцульського жіночого та чоловічого одягу дуже давні, що підтверджується наявністю незшивних елементів жіночого вбрання (постави, пояси, фартухи), простотою ліній, пошиттям кептарів та сердець із

саморобного полотна. Аналогії цих форм можна знайти в одязі ранніх слов'ян і скіфів [19].

Якщо гуцульський одяг шили з вовни, то поряд із сукном для бойки використовували й полотно. Жінки носили білі вишиті сорочки з дрібними деталями, білі спідниці з домашнього полотна та вишитими внизу запасками. Поверх сорочок одягали лейбики – безрукавки з чорного сукна, обшиті білими шнурками. Одягом чоловіків влітку були полотняні штани – гаті, а взимку їх шили з білої вовни. Головним убором влітку слугували круглі повстяні шапки та плетені із соломи кресани, а взимку – шапки з овчини. У свята ходили в чоботях, а в будні – в постоли (ходаки) [20].

Силует бойківського одягу характеризується меншою барвистістю порівняно з гуцульським, домінуванням чорного та білого кольорів. Серед декоративних прийомів – вишивка на сорочках, спідницях і запасках, аплікація з полотна та обшивання на безрукавках. З жіночих прикрас характерна візерункова силянка з різнокольорового бісеру.

У комплексі одягу лемків поряд із домотканими тканинами використовувалися й фабричні. Жіночі полотняні сорочки спереду та на манжетах вишивали хрестиком. Кольоровими зав'язками прикрашали різчасті спідниці та запчастини з дрібним візерунком по низу. Поверх сорочок і безрукавок носили корсети, прикрашені вишивкою.

Невід'ємною частиною жіночого одягу була полотняна хустка, накинута на плечі. Зимовий одяг складався з гуньки-катанки або сердака – білого кожуха, прикрашеного вишивкою різнокольоровими нитками та шкіряними аплікаціями.

Специфічним елементом верхнього одягу лемків є чуганя, або чуга, плащ до колін з коричневого сукна з великим коміром, що спадав на плечі і виступав за каптур. Чуганя, схожа на гуцульські гуглі, була обрядовим одягом під час весілля.

У кольорі верхнього одягу лемків переважав синій колір. Із декоративних прийомів використовувалася вишивка хрестиком, білою та кольоровою гладдю.

Як бачимо, одяг України характеризується великою різноманітністю форм та орнаментів. Слід підкреслити, що, незважаючи на регіональні відмінності, він має яскраво виражені національні особливості, які виявляються в спільності комплексів, силуетів окремих предметів, у способі носіння, в характері матеріалу тощо.

Селянський одяг характеризується простотою матеріалу, багатством творчої фантазії народних умільців, їх досконалою технічною майстерністю та високорозвиненим естетичним смаком. Протягом століть основним матеріалом українського національного одягу та його оздобленням були не дорогоцінні шовк і оксамит, а льон, вовна та шкіра. Крій теж був простий. У ньому багато вишуканого смаку та здатність підкреслювати привабливість жіночої фігури, силу чоловічого силуету тощо (Додаток 1).

Поряд з побутовим формувався робочий одяг, який відповідав характеру виробництва. Металурги на заводах носили брезентовий фартух, підперезаний мотузкою. На голову влітку надягали шапку, взимку – хутряну шапку – папаху, зазвичай із суконним верхом, а на ноги взували капці з парусиновою підошвою, рідше – чоботи. Руки захищали від опіків тканинними рукавичками, оббитими шкірою [41].

До комплекту робочого одягу шахтарів Донбасу входили брезентова сорочка «шахтарська» і штани; верхній одяг – піджак на ваті. Спускаючись у шахту, на ноги одягали чуні, обмотані грубими мотузками, їх плели з конопляних мотузок спеціальні майстри – чунніки.

Загалом процес формування нових видів робочого одягу в Україні відбувався на основі збереження більш практичних і практичних частин селянського одягу в поєднанні з елементами міського одягу.

Місцеві особливості одягу городян відбивалися на колориті та деяких прикрасах. Так, наприклад, міщани Миколаєва на Львівщині носили світло-

блакитні шинелі, або шинелі, з червоними смугами. У Яворові та Янові стовбури та капюшони були зелені, у Куликове – сині, в Угнові – зелені, у Болехова – темно-коричневі. У Косові носили світло-блакитні кофти або чорні сердечка, у Кутах – сині кожухи, у Бучачі – голуби. У Тереховлі використовували зелено-блакитний кунтуш і чорно-гранатовий жіночий жупан. Потелицькі міщани носили кафтани без пояса. На Харківщині одягалися в байкові напівкаптани та темні свити, які також не підперізувалися; міщанки, одягнені в спідниці-каламайки, биті шушони, жакети з білих смужок і шматкові очіпки.

На початку XX століття цей традиційний одяг почав зникати. Його використовували лише на різних ремісничих цехових церемоніях. Дедалі характернішим ставав одяг загальноєвропейського міського однострою.

Тлумачення «українського костюма» сьогодні легко визначити, хоча він може складатися з різних деталей: сорочки, сукні, спідниці, кофти, хустки, вишиванки та інші. Часто костюм декорується національною вишивкою, орнаментами, бісером та намистом. Чоловічий костюм теж має регіональні відмінності. Наприклад, Гуцульський костюм вирізняється власними характеристиками, так само як і Поліський.

Отже, дослідження вбрання різних регіонів України, як невід’ємної частини самобутньої української культури, на фоні інших українських місцевостей, є ключовим елементом наукових культурних та етнологічних досліджень. Це зумовлено тим, що воно розкриває регіональну та національну самобутність, що пов’язано із свідомим обиранням системи цінностей українського народу.

Висновки до розділу 1

Отже, культурний та історичний аспект української моди полягає в У культурному просторі мода співвідноситься з більшістю компонентів культури, тому що має символічний статус, через символічні структури вона співвідноситься з іншими компонентами. Одяг для людини – це той об’єкт, у якому вона має можливість висловити своє особисте художнє уявлення про світ, який оточує її, тощо. На окрему увагу заслуговує зв’язок культурних компонентів «мода – традиція», що безпосередньо стосується специфіки дослідження та феномену впровадження в моду етнічного компонента. У сучасній культурі місце етнічного перебуває у просторі «символічної автентичності», тобто є не просто автентичною частиною культури, а символічною формою, оскільки може бути вписана в іншу культурну реальність, і більшою мірою відображає уявлення і усталений образ феномена, ніж феномен як такий.

Одним із головних трендів міщанського вбрання в Україні початку ХХ століття була спрощеність та практичність. Поступово змінювалась мода з важких та об’ємних силуетів до більш легких та комфортних форм. У жіночому вбранні став акцентуватися на простоті та елегантності, а кутюр’є надавали перевагу граціозним силуетам та натуральним тканинам.

Щодо кольорів, популярними були природні відтінки, такі як пастельні тона, відтінки білого та кремового. Такі кольори додавали вбранню ніжності та витонченості. Також використовувалися яскраві акценти, зокрема, червоний, зелений та синій.

Народне вбрання у різних регіонах України відображалось на вбранні та прикрасах, які були цінними через призму звичаїв і традицій регіону. На початку ХХ століття деякий традиційний одяг почав зникати. Його використовували лише на різних ремісничих цехових церемоніях. Дедалі характернішим ставав одяг загальноєвропейського міського однострою. дослідження вбрання різних регіонів України, як невід’ємної частини

самобутньої української культури, на фоні інших українських місцевостей, є ключовим елементом наукових культурних та етнологічних досліджень. Це зумовлено тим, що воно розкриває регіональну та національну самобутність, що пов'язано із свідомим обиранням системи цінностей українського народу.

РОЗДІЛ 2

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ МОДИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

2.1. Новітні тенденції моди в Україні: від ідентичності до вимог часу (військова тематика в моді)

Сучасні модні тенденції завжди спонукають до роздумів: яким повинен бути чоловік – вольовим, сильним, раціональним? А жінка – чуттєвою та ніжною? Найчастіше те, що було проявом жіночності та мужності в образах ще років 10 тому, здається надзвичайно старомодним та шаблонним зараз. Однак мода циклічна. Принцип циклічності є основним законом існування моди. Завершення одного циклу є джерелом натхнення на формування «нового» в моді, таким чином, кожен наступний цикл пропонує осмислення минулого з позиції сучасності.

Якщо говорити про одяг, то найчастіше це пов'язано з поняттями форми, пропорцій, стилістики, колірного рішення та декору. Наскільки актуальним є той чи інший стиль, і як він проявляється в різному асортименті одягу, як змінюється протягом часу та впливає на стратегію роботи дизайнерів із фігурою людини.

Мода завжди відкрита до експериментів та змін, тому на ній відображаються всі соціальні зміни, що проходять крізь історію. Сьогодні носіння гендерно-нейтрального одягу вирішує не лише питання про практичність, а й про рівність, свободу самовираження, інклюзивність та швидко поширюється в медіа та соцмережах.

Як і у всього на світі, у цього витка моди є і прихильники, і противники. При виборі цього стилю у повсякденне використання треба пам'ятати, що унісекс – напрямок молодіжний. Пік розквіту стилю минув, але шанувальників його не поменшало. Простота і комфорт, які несе із собою унісекс, зробили свою справу, і в прискореному форматі сучасного життя з усіх напрямків він найповніше відповідає людським запитам сьогодення. Можливо, що, за

словами деяких відомих модельєрів, він і є тим самим стилем майбутнього. Але, водночас, сьогодні вже цілком очевидно: звернення до рідної історії та національної культури – єдиний шанс не потонути у глобальній трясовині, куди стрімко скочується сучасне суспільство.

Війна – подія, яка змінює не лише хід історії держави, а й життя кожної людини. Це стосується всіх аспектів життя суспільства, включаючи одяг та моду. Війна в новітній історії українського народу має істотний вплив на життя суспільства, внесла свої корективи у сприйняття життєвих цінностей, вплинувши в розвитку індивідуальної та суспільної культури. Усунення понять «мирне» і «військове» викликало трансформацію у свідомості, мистецтві, способі життя різних верств суспільства.

Мілітаризація соціуму вплинула на одяг. Елементи військового стилю активно проникли в буденний одяг, створивши передумови появи нової тенденції у моді. Відомо, що поява тих чи інших нових елементів одягу або його окремих форм, що мають практичне чи декоративне призначення, може надавати одягу образно-сміслового змісту. Незважаючи на те, що головним завданням одягу є створення атмосфери фізичного та душевного комфорту для людини, яка її носить, проте одночасно одяг несе соціальний посил від людини до навколишнього світу. Людина бажає заявити про себе і висловлює свої думки, наміри чи протест через найдоступніші засоби втілення – одяг, зачіску, імідж загалом.

Безумовно мода в сучасних реаліях – одна з найефективніших форм передачі інформації усередині соціуму. Вона є взірцем для наслідування, який відображає суспільні уявлення, норми поведінки, особливості характеру нації в період воєнного стану. При цьому мода здатна впливати на естетичне та духовне виховання людей, формування їхнього смаку. Згідно з громадськими законами, мода цілком може стати цінністю і виступати як компас споживчої поведінки.

Сучасна українська мода зазнала значного впливу російської війни в Україні, яка стала не лише викликом, але й потужним поштовхом до її

трансформації. Війна внесла кардинальні зміни у функціональність, естетику та роль модної індустрії. Вона активізувала національне усвідомлення, підштовхнула дизайнерів до переосмислення свого творчого підходу та стала важливим фактором у формуванні нових модних тенденцій, які базуються на прагненні до практичності, патріотизму та міжнародного визнання [9, с. 15].

Одним із ключових впливів стало переосмислення національної символіки у дизайні. Війна пробудила у дизайнерів ідею створення одягу як засобу вираження ідентичності та патріотизму. Колекції наповнені традиційними орнаментами, які переосмислюються в сучасному стилі. Використання кольорів українського прапора – синього та жовтого – стало домінуючим мотивом у багатьох брендів. Наприклад, вишиванки в адаптованій сучасній формі користуються попитом як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку, символізуючи зв'язок із корінням та підтримку національного духу [11, с. 27].

Функціональність стала ще одним визначальним фактором моди під час війни. Одяг, натхненний військовими формами, знаходить своє застосування як у повсякденному житті, так і в специфічних умовах. Практичність та зручність стали основними вимогами, а дизайнери почали створювати речі, здатні витримувати екстремальні умови. Куртки, утеплені речі, багатофункціональні аксесуари набули значної популярності. Водночас мода відповідає екологічним вимогам: українські бренди акцентують увагу на використанні перероблених матеріалів та локальному виробництві, що сприяє зменшенню залежності від імпортової сировини [15, с. 42].

Значна частина українських дизайнерів активно використовує моду як інструмент культурної дипломатії. Участь у міжнародних показах стає майданчиком не лише для презентації виробів, але й для привернення уваги до подій в Україні. Так, українські бренди організовують благодійні акції, метою яких є збір коштів для постраждалих від війни та допомоги військовим. Наприклад, відомий дизайнер І. Фролов створив тематичну колекцію, виручка від якої була спрямована на благодійність [25, с. 54]. Завдяки цьому мода стає

ефективним способом досягнення комунікативних цілей на міжнародній арені.

Війна також сприяла розширенню модної індустрії України у нових напрямках. Розробка захисного одягу на перетині моди і технологій стала популярною галуззю. Українські дизайнери експериментують із розумними матеріалами, що реагують на кліматичні умови, й інтеграцією технологічних інновацій у виробництво. Університети та дизайнерські школи все частіше підтримують такі ініціативи, що сприяє розвитку галузі в умовах глобальної невизначеності [32, с. 38].

Питання освіти та підготовки молодих дизайнерів також набувають особливої актуальності. У контексті війни до викладання додаються курси, орієнтовані на адаптацію до умов кризи, розвитку локальних виробництв та взаємодії з міжнародною спільнотою. Студентів заохочують до створення колекцій, які поєднують естетику та функціональність, враховуючи виклики сьогодення [33, с. 61].

Розуміння української моди під час війни далеко пішло за межі процесу розвитку одягу. У сучасному комунікативному процесі мода виступає як «оператор-контролер», що транслює інформацію, надаючи їй аксіологічні властивості, і як провідник ідей: боротьби, стійкості, незламності, ідентичності. Саме мода є культурною парадигмою в період воєнного стану в Україні, частиною розвитку культури загалом.

Інноваційна функція, прагнення новизни, хоч і в умовах війни – одна з найважливіших функцій моди. Війна на певний час поставила модну індустрію в «жорсткі рамки», змусила виробників та споживачів модного одягу підкорятися вимогам воєнного часу з економічного погляду та погляду безпеки. Із естетичного погляду, інноваційна функція, властива природі моди, сприяла тому, що вона пришвидшила пошуки ідеології патріотизму, створивши «патріотичну модель моди».

Цей час став початком появи в українській моді сучасності поняття «мілітарі», що означає «військовий». Стиль «мілітарі» – це розкутість,

зухвалість, сміливість, і водночас може бути витлумачений як ознака патріотизму. Носіння одягу в стилі «мілітарі» набуло свого поширення відразу після початку повномасштабного вторгнення. Швейне виробництво звичайного одягу змушене було в прискореному темпі виготовляти й захисний одяг.

Війна триває, чоловіча військова форма набула другого народження, перетворюючись на жіночі халати, сорочки, спортивні костюми. Незабаром фабриками стали випускатися жіночі костюми, у яких також вгадувалися риси військової форми.

Можна сказати, що «мілітарі», як стиль воєнного одягу, укоренився не стільки як модне навіювання, а скоріше як вимушений захід. Навколишнє середовище під час війни змусило жінок в деяких регіонах країни переглянути свої звички, що стосуються одягу та зачіски. Практичність і зручність взяли гору над естетикою зовнішнього вигляду. Фасони одягу та зовнішній вигляд тих, хто його носить, змінюється як ніколи швидко та радикально. Війна звільнила більшість жінок від міркувань про моду, вона змусила їх одягнути робочий одяг, уніформу.

Всі елементи, які в усі часи підкреслювали жіночу чарівність, залишились у минулому. Жінки, змушені виконувати чоловічу роботу, просто не можуть собі дозволити вбиратися у довгі/короткі сукні чи спідниці. Військовий стиль без усякої химерності швидко увійшов у повсякденне життя українців. І повернути час назад поки неможливо.

У моді залишився стиль «унісекс» із брючними костюмами. Примусове «вторгнення» жінок на територію чоловічої моди стало темою творчих роздумів. Новий жіночий образ з'явився у літературі, живописі, кінематографі. Одяг цього часу відповідає духу часу, перетворився на знак, що символізує досягнення та подвиги як жінок, так і чоловіків.

Мода воєнного періоду затвердила ідею національної консолідації на всіх рівнях. У цей період історії у нашій країні кожен елемент, кожен аспект

моделювання одягу розглядається як інструмент впливу на суспільну свідомість.

Мода в умовах війни містить також компонент патріотичних настроїв. Уперше в історії української моди масовий патріотичний символізм висловився в тому, що одяг, декорований елементами державної символіки, став творцем образу людини.

Готовність до солідарності та єдності – сутнісна риса українського менталітету – стала ідеалом суспільства. Естетичні аспекти, зумовлені актуальними патріотичними цінностями, роблять моду цього періоду органічною людині. Патріотичний емоційний заряд, закладений за допомогою моди в дизайн одягу, набув особливого значення в сучасних умовах.

Мілітаризація в сучасному одязі проявляється у відмові від усього зайвого, химерного, нефункціонального, віддаючи перевагу раціональному, простому і зручному, тобто відповідному образу цілеспрямованої, сильної (і духом, і тілом) сучасної людини. Важливо зазначити, що мода стала провідником між соціально-культурними ідеями та повсякденністю, рішуче вплинула на процеси культурної динаміки ХХІ ст. Мода воєнного періоду де-факто «схвалена» державою, адже президент, багато політиків і чиновників носять нині одяг з військово-патріотичними мотивами, що сприяє формуванню нового культурного середовища.

Патріотизм або патріотичне почуття є одним із потужних етичних регуляторів соціокультурної дії. Патріотичне почуття у суспільстві, виражене у моді, стає як ідеологією (символічним інвестуванням ідей у суспільну свідомість), так і важливим інструментом, каталізатором соціокультурних дій. Батьківщина-Україна є духовною реальністю, а патріотизм є для людини духовним орієнтиром. Людина, яка любить свою країну, свій народ, який дотримується норм добра і моральності, обов'язково наділена патріотичним почуттям, що неминуче відображається в одязі, який є вимушено модним у сучасних реаліях.

В Україні скрізь – у магазинах, на базарах, у вуличних кіосках – продають військові речі. Величезна кількість військових речей, на будь-який смак: форма, каски, шеврони, військові ремені, берці, камуфляжні футболки, польові сумки тощо. Популярні головні убори – кепки кольору хакі та піксель. Їх за будь-якої погоди не лише військові, а й дуже часто волонтери.

Нині в Україні на вулицях можна часто побачити людей в одязі, розфарбованому під кольори національного прапора, особливо – в пам'ятні дні, на урочистих масових заходах. І таким чином можна зрозуміти, що патріотизм знаходиться на піку популярності, що сьогодні суспільство стає більш мислячим. Стиль «мілітарі» – не лише «модний одяг» мода, а й ціла культура, присвячена військовій тематиці, а через її призму й темі патріотизму.

Вишиванка, яка вже давно стала символом української культури, переживає своє відродження, набуваючи нових значень. Бренди, такі як Etnodim і Sashko & Iryna, використовують традиційну вишивку як важливий елемент, що поєднує стиль і політичний меседж. Вишивка на сучасному одязі стала не лише модною тенденцією, але й своєрідним політичним жестом, що демонструє національну гідність та підтримку культурної ідентичності в умовах війни [12, с. 49].

Крім того, на тлі війни зростає популярність мілітарі-стилю, що виражається не тільки у моді, але й у практичних аспектах. Багато брендів починають виготовляти одяг, який має не лише естетичний вигляд, а й практичні функції для воєнного часу, зокрема камуфляжні принти та зручні тканини. Цей стиль асоціюється з підготовленістю до дій і надає символічне значення захисту та сили [5, с. 56].

Соціальні мережі, зокрема Instagram, Facebook і TikTok, стали важливими платформами для популяризації української моди. Бренди використовують ці майданчики для презентації своїх колекцій і розширення аудиторії як в Україні, так і за кордоном. Мода, таким чином, стає потужним засобом привернення уваги до ситуації в Україні, що додає особливого

культурного значення кожному покупцеві. Всі, хто підтримує українські бренди, стають частиною культурного опору [16].

Бренди, такі як Syndicate і Dodo Socks, створюють лінії одягу, кошти від яких спрямовуються на допомогу Збройним Силам України чи гуманітарну підтримку. Мода перестає бути лише естетичним вибором і стає засобом соціального внеску в підтримку боротьби за незалежність та гуманітарні потреби.

2.2. Проблематика української моди під час війни

Українська мода за часів війни трансформувалась в потужний культурний меседж, який виражає не лише естетичні, а й ідеологічні та соціальні погляди. Одяг став важливим засобом протесту та самовираження, що демонструє рішучість нації у боротьбі за свою незалежність. Мода стає символом непокори та відданості, а також способом збереження історичної пам'яті через образи, символи і традиції, що використовуються в сучасних колекціях [12].

В умовах військових дій та економічних обмежень, українські бренди звертаються до більш екологічних та економічних рішень у виробництві одягу. Багато дизайнерів використовують перероблені матеріали та оптимізують процеси виробництва, щоб зберегти ресурсні можливості в умовах кризових ситуацій. Це стає не лише практичною необхідністю, але й тенденцією до більш стійкого та екологічного підходу в моді [5, с. 101].

Коли у лютому 2022 року Росія розпочала повномасштабну агресію проти України з вторгненням, чимало людей були розгублені. Ця подія внесла хаос у життя, спричинила страждання. Багато хто втратив роботу, а отже, можливість утримувати сім'ї та мати кошти для існування. Це торкнулося всіх сфер бізнесу, зокрема й індустрії української моди.

Початок війни став періодом, коли світ моди в Україні мусив зазнати кардинальних змін. У надзвичайно важких умовах брендам довелося

адаптовуватися до припинення виробництва одягу через блекаути, розв'язувати проблеми з клієнтами, які не могли вчасно отримувати відповіді. Просто творчі люди теж зазнали серйозних змін, спостерігаючи за руйнуванням країни та її попередніх культурних цінностей.

Проте в найтемніші часи завжди можна знайти вихід, якщо звернутися до світла. І власники різних українських брендів віднайшли в собі сили рухатися далі.

Бренд верхнього одягу Lenki Lenki започатковано приблизно сім років тому Д. Євенком. Від початку війни він у Мілані, а його команда розкидана по світу. З початком воєнних дій у компанії відбулася реорганізація. Засновник бренду пишається тим, що вони змогли зберегти попередній штат працівників. Цей бренд вирізняється оригінальним підходом до створення пуховиків. Саме він постачав екіпіровку для учасників Національного антарктичного товариства.

До війни Lenki Lenki працювали в Києві. На сьогодні ключові виробничі потужності зосереджено в Тернополі та Черкасах – місцях, де безпечніше. Перша складність, з якою зіткнувся бренд, – відсутність світла. Підприємства, де виготовляли бренд, працювали лише 2-3 години на день. Згодом вони придбали дизельні генератори і змогли працювати довше. Для Lenki Lenki мода – це їхній особистий фронт.

Для бренду Six, який виготовляє витончені костюми для першої леді України О. Зеленської, найскладнішим моментом є раптову трансформацію комунікації з клієнтами в онлайн-формат. Раніше клієнти прибували на приватні примірки, але з початком війни багато з них переїхало, що суттєво вплинуло на бізнес. Одяг цього бренду використовується багатьма впливовими особами як своєрідна броня, що захищає від зовнішнього світу [39].

Бренду знадобилося два місяці, щоб адаптуватися до цифрового світу. Костюми доводилося розробляти, використовуючи лише зображення на

комп'ютері. Попри складну ситуацію, всі співробітники бренду залишилися в Києві та продовжують роботу.

Згуртованість команди дозволила зберегти весь персонал і забезпечити виконання замовлень. Усі костюми доставляють вчасно, що вдавалося далеко не всім українським підприємствам. Ця ситуація показала, що бренд Six в індустрії моди тепер має потенціал зайняти більш міцну позицію. Водночас проблематика воєнного стану в країні спонукала розробників одягу усвідомити можливості презентувати себе в Європі та продемонструвати світові свій потенціал. Сьогодні рекламні банери бренду можна побачити в Лондоні та Парижі. Компанія за роки війни в Україні стала більш відомою та авторитетною.

Бренд жіночого одягу Olenich базується в Києві. Колекція бренду, що ознаменувала осінь 2022, висловлювала суто ностальгію за домівкою (власниця Я. Оленич кілька місяців перебувала в Греції, але згодом повернулася), а от весняна лінійка 2023 року демонструє полегшення від довгоочікуваного повернення додому. До складу колекції ввійшли знайомі елементи українського одягу, зокрема ручна вишивка з Полтавщини, а також монохромна палітра кольорів. У рекламній кампанії були використані зображення Куяльницького лиману поблизу Одеси, а виробництво кожної речі з колекції здійснювалося в Україні.

Виготовляти амуніцію під гуркотом снарядів довелось і бренду Kachorovska. До війни вони продукували взуття, сумки та різноманітні аксесуари, а з початком бойових дій компанія переорієнтувалася на берці для воїнів. Kachorovska включилась в спротив вже на другий день, випустивши партію ременів для військових, згідно з конкретним замовленням. Найвідчутнішою складністю було те, що Kachorovska спеціалізувалися на випуску жіночого взуття та сумок, і досвіду з берцями раніше не мали [26].

Бренд AndreTan випустив понад 13 000 виробів одягу: від спідньої білизни до кальсонів, балаклав, теплих флісок, спальних мішків та навіть плащів-наметів. Окремим напрямом виробництва стали бронежилети. Вони

оснащені сталевими пластинами, що забезпечують четвертий та п'ятий класи захисту. Обсяги виробництва бренду значні, але з комплектуючими поки що складно – на бронежилети зі сталевими пластинами зберігається великий попит. У формений одяг, що Andre Tan надсилає захисникам, кладуть невеличкі послання з теплими словами. Зазвичай, їх пишуть швачки, що пришивають записки двома стібками. У відповідь, військові записують відеозвернення зі словами подяки підприємствам, які їх підтримують.

«Військову» спеціалізацію здобуло кілька українських компаній та дизайнерів. Бренд Pilsok, що виготовляв рюкзаки, переорієнтувався на створення розвантажувальних систем (розгрузок), підсумків для АК та гранат; мас-маркет MustHave шиє розвантажувальні жилети та балаклави. До виробництва балаклав долучився й дизайнерський дует Vorozhbyt&Zemskova. Вони виготовляють аксесуари з тканини, що була використана у створенні їхньої останньої колекції.

Український Тиждень Моді (Ukrainian Fashion Week) започатковано в 1997 році, що зробило його першим тижнем моди у Центральній та Східній Європі. До повномасштабного вторгнення захід, який збирав тисячі відвідувачів, проводився двічі на рік. З 24 лютого 2022 року покази UFW у Києві припинилися. Зараз проєкт взаємодіє із західними тижнями моди, представляючи там українські бренди одягу [42]. За кілька сезонів в умовах повномасштабної війни UFW продемонстрували десятки брендів в Берліні, Будапешті, Копенгагені, Лос-Анджелесі, Відні, Мадриді та Лондоні.

Ukrainian Fashion Week після двох з половиною років повномасштабної війни знов у Києві, проте команда не забула про те, якою ціною далось організувати модний захід. На подію запросили ветеранів війни з протезами, щоб показати, що люди, котрі пережили тяжкі поранення, також важливі. Витончений одяг в стилі українського бохо об'єднав традиції з сучасним баченням моди, водночас ставши чудовим прикладом того, що мода здатна бути інструментом для діалогу із суспільством.

Воїни, котрі пройшли протезування з Revived Soldiers Ukraine у США стали частиною не просто показу моди, а важливого проекту, котрий продемонстрував незламність духу українського народу та підкреслив важливість підтримки й визнання українських військових [8].

У рамках Ukrainian Fashion Week 2025 року теж відбувся показ бренду Andreas Moskin, де українські ветерани презентували функціональний одяг для осіб з ампутаціями. Військові, які втратили кінцівки на війні, продемонстрували одяг як моделі бренду (Додаток 6). Окрім того, вони консультували дизайнерів під час створення колекції, ділячись порадами щодо зручності та функціональності одягу для людей з ампутаціями та протезами [31]. Сконструйовано одяг колекції з рукавами, котрі можна зняти завдяки невидимій застібці. На внутрішніх боках штанів також передбачені застібки, що полегшують людині з протезом швидке вдягання та знімання. Функціональність речей стала ключовим аспектом при розробці нової колекції бренду

Із початком воєнних дій іспанська Inditex, якій належать популярні бренди Zara, Bershka, Stradivarius, Pull&Bear та Massimo Dutti, призупинила діяльність на українській території. Хоча інтенсивність обстрілів великих міст зменшилася, системи ППО демонструють високу ефективність, а деякі світові компанії вже відновили роботу, Inditex не квапиться повертатися [18].

Із припиненням діяльності в Україні Zara, Pull&Bear, Bershka та H&M, здавалося, український мас-маркет міг отримати перспективу розширення присутності. Проте виникли три серйозні перепони: зниження платоспроможності населення, збої у логістичних схемах виробництва та реалізації, а також відтік кваліфікованих фахівців. У цілому, зацікавленість українськими мас-маркетами значно зросла після подій Революції Гідності у 2014 році. Українці із задоволенням купували футболки, сукні, пальто вітчизняного виробництва.

Із плином часу, кількість мас-маркет брендів скоротилася. Деякі з них не змогли витримати конкурентної боротьби, інші стали жертвами низької якості

продукції, а треті не змогли правильно оцінити економічні показники своєї діяльності.

Поза увагою лишається й те, що понад п'ять мільйонів українок та дітей були вимушені тікати від війни. А в індустрії моди значна частина робітниць – жінки. Велика кількість швачок звільнилися, оскільки виїхали з країни через бойові дії. Деякі з них не планують повертатися, адже це люди, які вміють працювати руками, а навчання цьому триває довго. Ці жінки знайшли собі роботу за спеціальністю в країнах Європейського Союзу. Україна втрачає цінні кадри, і через це нині відчувається дефіцит в індустрії моди.

Від 2022 року українські патріотичні пісні, традиційний одяг та дизайн здобули новий пік популярності. Але деякі виробники нехтують якістю та креативним підходом, зловживаючи національною символікою. До прикладу, широко використовується образ пса Патрона (собака ДСНС, що допомагає розміновувати території), виникли футболки з фразою «Доброго вечора, ми з України» й створено відповідну пісню, тістечка «Привид Києва», комбуча під назвою «Буча-Комбуча» та ковбаса «ЗСУ» [26].

Внаслідок частого вживання символів війни в українському суспільстві виникли доволі гарячі дискусії: це популяризація України та свідоме відмежування від російського інформаційного поля, а маркетологам закидають паразитування на банальщині. Очевидно, що масовий смак завжди буде тяжіти до простоти. Схожий сплеск примітивних дизайнів в одязі спостерігався у 2014-2015 роках.

Згодом тренд пішов на спад, і залишилися виробники якісної продукції, а ті, хто спеціалізувався на футболках з тризубом, збанкрутіли. Нині на це є попит, і його важливо задовольнити. Багато українців бажають носити футболку із синьо-жовтим прапором, бо відчувають гордість та хочуть поділитися цим з усім світом.

В Україні існує чимало модних марок, котрі витончено та з розумом впроваджують українську символіку. Не можливо оминати увагою бренд Bevza, котрий випустив намисто та сережки, формою нагадуючи колоски

пшениці. Відсутність глобальних західних мереж відкриває українським брендам простір для росту, адже демпінгові ціни масового виробництва не давали змоги змагатися з іноземними компаніями. Натомість, обираючи бюджетні речі від Inditex, покупець інколи стикався з не дуже високою якістю продукції.

Коли з України пішли Zara та H&M, утворилась порожнеча в задоволенні потреб споживачів: і шанувальниці модних трендів тепер повністю перейшли на українські бренди та стилі різних напрямів. Після російського вторгнення у гардеробах українців став частішим хакі – відтінок зеленого, що нагадує колір військового спорядження. За законодавством в Україні цивільним особам заборонено носити військовий одяг, але, попри це, деякі бренди виготовляють колекції з камуфляжем.

Висновки до розділу 2

У ході дослідження виявлено, що мілітаризація соціуму вплинула на одяг. Елементи військового стилю активно проникли в буденний одяг, створивши передумови появи нової тенденції у моді. Поява тих чи інших нових елементів одягу або його окремих форм, що мають практичне чи декоративне призначення, може надавати одягу образно-сміслового змісту, що у відбувається зараз в українській моді.

Незважаючи на те, що головним завданням одягу є створення атмосфери фізичного та душевного комфорту для людини, яка її носить, проте одночасно одяг несе соціальний посил від людини до навколишнього світу. Людина бажає заявити про себе і висловлює свої думки, наміри чи протест через найдоступніші засоби втілення – одяг, зачіску, імідж загалом. Українська мода зазнала значного впливу російської війни в Україні, яка стала не лише викликом, але й потужним поштовхом до її трансформації. Війна внесла кардинальні зміни у функціональність, естетику та роль модної індустрії.

Вишиванка, яка вже давно стала символом української культури, переживає своє відродження, набуваючи нових значень. Бренди використовують традиційну вишивку як важливий елемент, що поєднує стиль і політичний меседж. Вишивка на сучасному одязі стала не лише модною тенденцією, але й своєрідним політичним жестом, що демонструє національну гідність та підтримку культурної ідентичності в умовах війни. Одним із ключових впливів стало переосмислення національної символіки у дизайні. Війна пробудила у дизайнерів ідею створення одягу як засобу вираження ідентичності та патріотизму. Колекції наповнені традиційними орнаментами, які переосмислюються в сучасному стилі. Використання кольорів українського прапора – синього та жовтого – стало домінуючим мотивом у багатьох брендів.

В умовах військових дій та економічних обмежень, українські бренди звертаються до більш екологічних та економічних рішень у виробництві одягу.

Багато дизайнерів використовують перероблені матеріали та оптимізують процеси виробництва, щоб зберегти ресурсні можливості в умовах кризових ситуацій. Проблематика української моди під час війни не могла не відобразитися на виробництві та популяризації одягу та аксесуарів. При цьому значна частина українських дизайнерів активно використовує моду як інструмент культурної дипломатії.

РОЗДІЛ 3

УКРАЇНСЬКА МОДА ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ФЕНОМЕН

3.1. Сучасна мода – демонстрація соціального статусу та соціальної ідентифікації

Соціальна адаптація особистості в сучасному світі, який швидко змінюється, вимагає залучення різноманітних адаптаційних ресурсів. Одним із таких ресурсів для українців, на наш погляд, може виступити мода. Підстави для такої думки нам дає аналіз сучасних підходів до дослідження української моди [50].

Мода може сприяти прихованню особистістю своїх особливостей, коли це буде необхідно, оскільки дотримання тенденцій поведінки більшості дозволяє знеособитися і втекти. Наслідування тенденцій не «своїх» соціальної групи дозволяє суб'єкту моди освоїти нові ролі в ігровій та символічній формі, зміцнити межі свого «я». Мода дає можливість переживання добробуту та власної соціальної значущості, що має значення для соціальної адаптації.

Таким чином, дослідження моди дають підстави розглядати її в контексті ресурсів соціальної адаптації, оскільки мода дозволяє визначитися з орієнтирами, знайти свою соціальну групу та підкреслити свою приналежність до неї, виділити себе із соціальної групи та висловити свою власну індивідуальність, проявити себе у взаємодії з предметним світом, іншими людьми та самим собою, може виконувати функції емоційної розрядки та має психотерапевтичні ефекти.

У цьому ключі мода виступає інструментом стимулювання неузгодженості вимог середовища та можливостей особистості. Вона відображає нові тенденції у поведінці людини, які мають бути нею реалізовані. Це вимагає напруження психологічних сил та особистісного зростання. Наслідування моди вимагає від людини постійних змін і не тільки в галузі

зовнішніх проявів, але і в галузі цінностей і смислів, критеріїв оцінки привабливості об'єктів.

Наслідування моди нерозривно пов'язане зі здійсненням вибору [50, с. 13-14]. Вибір модних об'єктів передбачає активність, самостійність та суб'єктність. Здійснюючи вибір модних об'єктів, людина змушена проявляти активність, долати як зовнішній опір (оцінки інших людей), так і ламати власні звичні уявлення про зручність, користь, красу.

Оскільки адаптаційні ресурси є системою здібностей людини до усунення невідповідностей між потребами людини з життєвим середовищем, подолання несприятливих життєвих обставин за допомогою трансформації ціннісно-смиислового виміру особистості, що задає її спрямованість і створює основу для самореалізації, оскільки звернення до особистісних смислів при здійсненні вибору і подоланні супротиву різного роду в наслідуванні модних тенденцій може бути основою розвитку адаптаційних ресурсів.

Очевидно, поміщення моди в контекст адаптаційних ресурсів особистості має об'єктивні підстави. Особливого значення цей контекст має для розгляду ресурсів соціальної адаптації в умовах війни.

У процесі кризи національної ідентичності простежується паралель між трансформацією поняття культурної ідентичності та появою моди як мови ідентичності, оскільки мода супроводжує формування культурних ідентичностей. Мода відіграє важливу роль у визначенні індивідом своєї ідентичності всередині тих соціальних груп, з якими він себе співвідносить, або прагне співвідносити.

Одяг та аксесуари утворюють «культурну шкіру», яка показує, хто ми є чи ким ми хотіли б бути. Проте так чи інакше наш стиль одягу виходить із соціальної та культурної конструкції, в яку ми були спочатку інтегровані. Ось чому те, як ми одягаємося, може як інтегрувати, так і виключати нас із соціальної групи.

Найзручнішим способом інтеграції залишається імітація соціокультурної групи, і навіть статі, до якої людина прагне належати.

Наслідкування групі за допомогою моди допомагає почуватися «на своєму місці» всередині групи та виконує важливу функцію соціального підтвердження.

Слід, однак, наголосити, що постійне модне оновлення можливе, оскільки в суспільстві одяг сприймається ще й як предмет споживання. Звідси відданість ідеї мікровідмінностей та невеликих варіацій стилю, що виникають за короткі проміжки часу. Немає більше необхідності довго кристалізувати нові звичаї та звички, пов'язані з одягом та модою в цілому. У цьому контексті репрезентацією фрагментованих ідентичностей саме через об'єкти перевіряються інновації цінностей та смислів, прикладом яких є мода. Навіть якщо вона конструює зміст, з яким індивід ідентифікує себе, вона не потребує минулих спогадів чи майбутніх увічнень, час моди – це теперішня реальність у свідомості [49].

Безумовно, українська мода може шукати знаки або значення в минулому, але її об'єкти завжди є оновленням форми або матеріалів, що використовуються зараз. Цей процес актуалізації посилює ефемерність та роль моди у затвердженні фрагментарних ідентичностей. Водночас, ця витончена характеристика моди потребує контексту, простору, де вона може зіграти свою роль, де явище актуалізується, проглядається, різниться, імітується або копіюється. Медіапростір може бути найбільш сприятливим для такого розповсюдження.

Сучасний одяг української моди в контексті війни як явище культури відрізняється багатофункціональністю, при цьому його сутність не зводиться до жодного з численних завдань, які він вирішує. Водночас, функціональний аналіз є досить плідним для аналізу його специфіки, навіть у тому випадку, якщо розглядати цю специфіку через призму лише однієї з його численних функцій.

Так, вишиванку можна розглянути з погляду її ідентифікаційних можливостей. Безумовно, як самоідентичність, так і соціальна ідентичність утворюється під впливом безлічі різних факторів і проявляється у різних

(досить добре вивчених) формах. Однак деякі сторони ідентифікаційних процесів, пов'язаних із тілесністю, фіксацією індивідом свого габітуса, поданням його зовні та роллю в цьому такого культурного явища, як вишиванка, залишаються багато в чому непроясненими.

Вишиванка виступає як далеко не єдиний, але досить значущий засіб ідентифікації, що формує як соціальну ідентичність, так і самоідентичність особистості. Однак перш ніж детальніше представляти вишиванку у цій якості, необхідно дати визначення цього поняття в контексті цього дослідження. Вишиванка – тисячолітній символом національної гордості та культурної спадщини. Загалом вишиванка виступає як архітектоніка людини, її друге тіло, культурна форма її просторового буття, винесена назовні.

Українська вишиванка є традиційним для України одягом. Увійшла в моду наприкінці XIX – на початку XX століття завдяки Івану Франку. Саме цей письменник першим одягнув цю сорочку під класичний європейський костюм, що стало символом національної самоідентифікації та модним трендом. Першими популяризували українську вишиванку українські аристократи, котрі почали свідомо носити цей вид одягу.

Серед них виділяється Олена Пчілка. 1876 року вона випустила альбом із зібранням українського орнаменту, що популяризувало українську вишивку. Леся Українка також активно підтримувала популяризацію національного вбрання. Вона наголошувала на своїй самоідентифікації як українка.

На важливість вишиванки для української культури і моди вказує запровадження Дня вишиванки (третій четвер травня) – міжнародне свято, запорукою якого є плекання прадавніх народних звичаїв виробництва та носіння неповторного українського етнічного вишитого вбрання, котре є знаком української ідентичності. Це свято не має статусу державного чи релігійного та об'єднує всіх бажаючих. Для цього треба тільки вдягнути вишиту сорочку, сукню.

Ініціативу святкування подала студентка Леся Воронюк, яка тепер вже znana громадська діячка. У 2006 році вона запропонувала своїм колегам по

навчанню та знайомим визначити дату та всім разом зустрітися у вишиванках. Ідею підтримали студенти та викладачі факультету, але згодом ця подія набула загальноукраїнського значення, підхоплена діаспорою в різних країнах світу і знайшла прихильників України. Відтоді метою відзначення стало розповсюдження культурної спадщини серед сучасників, що не лише не втратило актуальності в умовах війни, а й навпаки.

В Україні в останні роки спостерігається зростання зацікавленості вишиванками та одягом з традиційними елементами колориту. З початком повномасштабної війни бажання підкреслити свою українську ідентичність відчутно посилюється. Тепер існує багато українських виробників одягу, котрі прагнуть популяризувати вишитий одяг в Україні та закордоном, демонструючи його красу та актуальність, та довести, що українська культура є сучасною та неповторною.

В останні роки національний одяг можна зустріти на святах, весіллях, нерідко стилізовані елементи можна зустріти і в повсякденному одязі та прикрасах. Таким чином, у період етнічного відродження одяг народу став затребуваним як символ етнічної ідентичності та статусу. Основним протиріччям розвитку етнічної моди є зіткнення позицій традиціоналістів та неотрадиціоналістів: інакше кажучи, які відстоюють канонічність етнічного одягу та тих, хто вважає, що необхідно одяг народу адаптувати до нових умов.

Етнічний напрямок у дизайні є надзвичайно актуальним і як спосіб прояву культурної солідарності, що презентує традицію, частину сучасної культури, актуальної для українців XXI століття. Тому на практиці мода, поміщаючи етнообрази у нові контексти, як не парадоксально, відроджує інтерес до них, допомагає українцям зберігати та презентувати власну етнічну своєрідність.

3.2. Соціокультурні ідеали вітчизняної моди в міжнародній fashion-індустрії

В останні роки українські митці моди, творці одягу й аксесуарів, дедалі ширше долучаються до світових модних тенденцій, підкоряючи серця людей з усіх куточків світу власними неповторними ідеями, концептуальним підходом, філософським баченням та бездоганною якістю виробів. Від яскравих килимів Голлівуду та світових сцен до шпальт найвідоміших гляців – українські бренди одягу та аксесуарів стрімко підкорюють міжнародний модний олімп в період війни в Україні.

Frolov – модельєр, торгова марка якого прославилася завдяки корсетам, сукням, ручній вишивці та незрівнянним кутюрним розробкам [45]. Бренд з'явився у 2015 році з ініціативи І. Фролова, котрий став наймолодшим українським дизайнером, представленим на Ukrainian Fashion Week.

Торгова марка об'єднує інтелектуальну глибину та епатажну естетику, де анатомічне серце виступає символічним компонентом кожної речі. Frolov вирізняється особистісним ставленням до пошиву, гарантуючи бездоганну посадку та пропонуючи довічний сервіс виробів. Серед прихильників бренду такі світові зірки, як Бейонсе, Сабріна Карпентер, Сем Сміт, Maneskin, Доджа Кет та інші.

Окрім бездоганного мистецтва, Frolov не лякається торкатися гострих суспільних питань, щиро підтримуючи спільноту ЛГБТК+* та заглиблюючись у явище транскульти. У воєнні роки бренд не припиняє допомагати нашим воїнам та надавати підтримку українцям. Було презентовано колекцію з ручною вишивкою серця Frolov Heart, кошти від продажу якої йдуть на допомогу дітям, що постраждали від війни, а також на підтримку майстрів вишивки.

Напередодні Дня Незалежності України у 2023 році, бренд Frolov презентував ексклюзивну лінію мерчу, присвячену заводу «Антонов». Усі кошти, отримані від продажу цього мерчу, спрямовані на відновлення

найбільшого у світі транспортного літака, що зазнав руйнувань внаслідок дій російських військ у Гостомелі в лютому 2022 року.

У квітні 2024 року Frolov у співпраці з брендом Sova представили нову колекцію прикрас, створену для підтримки благодійного фонду «Діти Героїв» [45].

Sleeper – український бренд жіночого одягу, що вдало поєднує зручність і вишуканість. Започаткований у 2014 році А. Варцею та К. Зубаревою в Києва, він здобув славу завдяки «піжамам на вихід» – речам, які однаково зручно носити як вдома, так і на роботі або на незапланованій прогулянці.

Бренд всіляко підкреслює жіночу неповторність та впевненості, даруючи кожній жінці можливість виразити свою справжню сутність через вибір одягу в будь-якій ситуації. Ініціатива Sleeper надихнула впливових світових брендів Gucci та Alexander McQueen, котрі перейнявши тренд на «піжамний стиль», популяризували його серед відомих особистостей.

Колаборація adidas & Ksenia Schnaider. Ксенія та Антон Шнайтери – інноватори джинсової тканини в сучасній моді. Бренд Ksenia Schnaider виділяється відважними дизайнерськими задумками, як-от асиметричні краї на джинсах, що зробили його помітним і затребуваним серед поціновувачів моди.

Одяг від Ksenia Schnaider демонструє палке захоплення засновників модою та їхнє бажання експериментувати, вносячи свіжість у традиційний денім. Особливо, бренд набув слави завдяки концепції «демі-деніму» – унікальному поєднанню штанів і шортів в одній моделі. Це інноваційне рішення привернуло увагу багатьох знаменитостей, серед яких Белла Хадід та Емілі Ратаковскі [47].

Окрім свіжого погляду на дизайн, Ksenia Schnaider виокремлюється використанням методик переробки та покращення старих предметів гардеробу, особливо деніму. Таке поєднання творчого мислення та турботи про довкілля ілюструє прихильність засновників до засад сталого виробництва. У 2024 колаборація Ksenia Schnaider та Adidas підкорила серця

прихильників вуличного стилю на міжнародній арені. Це стало історичною подією, адже Ksenia Schneider став першим українським брендом, котрий реалізував співпрацю з Adidas.

Bevza славиться своїм мінімалізмом із витонченим та розкішним стилем. Колекції бренду вражають чистими, вишуканими силуетами та використанням матеріалів найвищої якості [44].

Bevza – це не лише про одяг, але й про унікальні прикраси, створені вручну. Автентичні сережки від Bevza «колоски» стали популярним хітом, завоювавши серця українців та іноземців. Аксесуари народжуються з-під рук досвідчених українських майстрів, які прагнуть відродити унікальні техніки національного ремесла (Додаток 7).

Водночас, бренд демонструє етичне ставлення до природи та дбає про екологію. Bevza використовує безвідходні технології виробництва та активно просуває ідеї сталого споживання й екологічної відповідальності в індустрії моди. Бренд поєднує в собі якість, естетику мінімалізму, унікальність виробів та екологічну свідомість, що робить його улюбленим вибором свідомих модниць як в Україні, так і за її межами.

Ще один вітчизняний бренд закордоном – Gasanova; славиться вишуканим та благородним одягом, де висока якість гармонійно сплітається з непересічним баченням класичних фасонів. Зухвалість, творчий підхід та пильна увага до кожної деталі – ось що робить кожну річ від Gasanova впізнаваною та приваблює тисячі захоплених прихильників.

Вироби Gasanova часто використовують в модних образах на червоних килимових доріжках та фешн-показах, адже бренд активно працює зі знаменитостями, створюючи для них унікальні образи, що виражають їхню неповторність та стиль. Прихильницями Gasanova є Періс Хілтон, Джіджі Хадід і Кортні Кардаш'ян, котрі неодноразово демонстрували вбрання цього бренду на публічних подіях, вирізняючись розкішністю та елегантністю з неординарними рішенням. Gasanova формує одяг, що виділяється серед інших та стає яскравим акцентом у модному світі.

Litkovska представляє неповторні дизайнерські задуми, що вирізняються з-поміж інших брендів. Одяг від Litkovska кидає виклик звичним уявленням про красу, замість цього пропонуючи сміливі, нестандартні образи, що вражають незвичайними силуетами та текстурами. Це вибір багатьох визнаних модниць, які прагнуть бути помітними та привертати захоплені погляди.

Гасло Litkovska «Немає неправильної сторони» підкреслює, що кожна брендова річ має свою унікальну цінність як ззовні, так і зсередини. Цей підхід проявляється в кожній колекції, де наголошується на різноманітності, індивідуальності та унікальності [48].

Український бренд The COAT by Kate Silchenko швидко здобуває прихильність модниць, полоняючи їх досконалою якістю [53]. Всі вироби від К. Сільченко – від матеріалу до крою та колористики – втілення її мистецтва, дозволяючи сучасним панянкам висловлювати свої внутрішні відчуття. Тут немає місця буденності та одноманітності – лише яскраві, неординарні образи, що створені для підкреслення унікальності своєї власниці. Сукні, пальта, костюми від the COAT обирають жінки для найважливіших моментів у їхньому житті. Наприклад, на коронації короля Чарльза III О. Зеленська постала у витонченому пальті та сукні від К. Сільченко. Клієнтками бренду є Мей Маск, Ріта Ора, Коко Роша, а також Тіна Кароль, Надя Дорофєєва, Джамала та багато інших зірок української естради.

Головні убори, сумки і аксесуари бренду Ruslan Baginskiy повертають капелюхам втрачену позицію у шафах чоловіків та жінок [52]. Натхненний живописом, традиційним українським вбранням і давніми світлинами, бренд креативно працює з класичними фасонами, пропонуючи сучасні, практичні та зручні головні убори.

Ttswtrs – неповторний український бренд, що об'єднує моду й мистецтво татуювання [54]. Головна задумка Ttswtrs полягає у виготовленні одягу, який ніби продовжує й довершує тіло людини, неначе шкіра, вкрита колоритними татуюваннями. Бренд робить ставку на інновації та концептуальний дизайн,

вдаючись до неординарних матеріалів і текстур для створення одягу, що вирізняється з-поміж інших. Концепція «ілюзії тіла» – не просто виразний візуальний елемент, а й пропагування ідеї самовираження та любові до свого тіла.

Проект GUNIA влаштовує благодійні розпродажі, а частина виручки від багатьох українських виробників переказується для підтримки ЗСУ та постраждалих [46]. У липні 2024 року бренд GUNIA Project, спільно з Міністерством культури і інформаційної політики та Скарбницею Національного музею історії України, представив благодійну прикрасу під назвою «Скіфське золото». За задумом планувалося зібрати 1 млн грн на забезпечення системами радіоелектронної боротьби (РЕБ) для бригади НГУ «Азов» через фонд BGV. У грудні 2024 року стало відомо, що завдяки продажу цієї прикраси поставлена мета була досягнута, а необхідну суму вдалося зібрати [17].

Більшість команди Poustovit знаходиться в Києві [51]. Зараз деякі процеси намагаються оптимізувати, оскільки в такий складний для країни та бізнесів час потрібно швидко адаптуватися і знаходити нові рішення. Мода завжди була мовою спілкування, сферою, в якій відображаються суспільні настрої та події. І зараз мода відіграє роль рупора: розповідає, привертає увагу суспільства, робить гучні заяви щодо певних подій та формує думку. Так з'явився дроп «Воля» для Support by Poustovit з принтом українського прапора та словами «Glory to Heroes».

У Poustovit зробили особливу для команди бренду шовкову хустку з віршами Ліни Костенко, яка погодилася на цю колабрацію та дала дозвіл на друк своїх віршів. Геніальні рядки на хустці прикрашають квіти мімози – символ весни та надії, а у жовто-блакитному обрамленні заховано послання «Віримо в Україну».

Творчість українських митців fashion-індустрії зачепила міжнародну аудиторію, отримала схвалення за межами України. Їхні лінійки демонструють креативність і національну спадщину та звичаї, вкладаючи їх в

сучасний, витончений вигляд. Ці роботи народжені в унікальній атмосфері, яка викликає захоплення та підкорює серця поціновувачів моди.

Українське вбрання стає втіленням грації, витонченості та розкоші. Природні матеріали, вишукані вишивки та елегантні деталі роблять ці шедеври унікальними та незрівнянними. Дизайнери додають до своїх колекцій новітній акцент, об'єднуючи традиційні мотиви зі сміливими експериментами та інноваціями.

Світовий ринок моди відкривається для українських дизайнерів, котрі можуть змагатися зі світовими брендами, дивувати своїми витворами, привертати до моди, яка створена в умовах війни. Вони привертають увагу великих модних будинків та знаменитостей шоу-бізнесу, що прагнуть пізнати неповторний український стиль та дотик до історії.

Українські дизайнери вражають світ своїми роботами, породжуючи відчуття гордості та захвату серед експертів моди та прихильників краси. Їхня творчість надихає та підтримує ідею, що український одяг може стати не тільки модною тенденцією, але й справжнім символом елегантності та вишуканості.

Висновки до розділу 3

Отже, українська мода як соціокультурний феномен – складний феномен, який вимушено залежить від складної ситуації в державі. Дослідження моди дають підстави розглядати її в контексті ресурсів соціальної адаптації, оскільки мода дозволяє визначитися з орієнтирами, знайти свою соціальну групу та підкреслити свою приналежність до неї, виділити себе із соціальної групи та висловити свою власну індивідуальність, проявити себе у взаємодії з предметним світом, іншими людьми та самим собою, може виконувати функції емоційної розрядки та має психотерапевтичні ефекти.

Водночас українська мода може шукати знаки або значення в минулому, але її об'єкти завжди є оновленням форми або матеріалів, що використовуються зараз. Цей процес актуалізації посилює ефемерність та роль моди у затвердженні фрагментарних ідентичностей. Водночас, ця витончена характеристика моди потребує контексту, простору, де вона може зіграти свою роль, де явище актуалізується, проглядається, різниться, імітується або копіюється.

Соціокультурні ідеали вітчизняної моди в міжнародній fashion-індустрії розглянуті на прикладі брендів Frolov, Sleeper, Ksenia Schnaider, Bevza, Gasanova, Litkovska, Ttswtrs, Poustovit та інших. Їхні лінійки демонструють креативність і національну спадщину та звичаї, вкладаючи їх в сучасний, витончений вигляд. Ці роботи народжені в унікальній атмосфері, яка викликає захоплення та підкорює серця поціновувачів моди.

Українське вбрання стає втіленням грації, витонченості та розкоші. Природні матеріали, вишукані вишивки та елегантні деталі роблять ці шедеври унікальними та незрівнянними. Дизайнери додають до своїх колекцій новітній акцент, об'єднуючи традиційні мотиви зі сміливими експериментами та інноваціями. Етнічний напрямок у дизайні є надзвичайно актуальним і як спосіб прояву культурної солідарності, що презентує традицію, частину

сучасної культури, актуальної для українців ХХІ століття. Тому на практиці мода, поміщаючи етнообрази у нові контексти, як не парадоксально, відроджує інтерес до них, допомагає українцям зберігати та презентувати власну етнічну своєрідність. Тепер існує багато українських виробників одягу, котрі прагнуть популяризувати вишитий одяг в Україні та закордоном, демонструючи його красу та актуальність, та довести, що українська культура є сучасною та неповторною.

ВИСНОВКИ

Історія української моди – цікавий напрямок у сучасній науці. Останні десятиліття опубліковано багато робіт про історію одягу тощо. Що перебуває у центрі уваги дослідників? Сучасні автори прагнуть як найдетальніше вивчити історичну дійсність, виявити соціальні, гендерні відмінності, які панували у суспільстві в той чи інший період.

Мода – феномен культури (притаманний усім культурам динамічного типу), який одночасно є складовою культури, тобто охоплює певну кількість її елементів (будучи інститутом у культурі), і водночас певним типом культурного механізму. Легкість сприйняття моди у тому, що вона змінює «верхній шар», зовнішню поверхню культурних елементів, не змінюючи при цьому її сутності. Мода надає постійний статус і форму, що постійно змінюється. Найяскравіша ілюстрація – це одяг. Модний одяг змінюється щосезону, але насамперед через цю тенденцію мінливості він надає суб'єкту моди статусу модного. Бути модним означає вчасно змінюватися.

Непостійність моди – один із основних її показників. Динаміка соціальних процесів зумовила стрімку зміну суспільного сприйняття, економічну та політичну нестабільність, зіштовхувала та «перемішала» різні стани. Першочергову роль у суспільному та політичному житті починають відігравати партії, цивільно-політичні об'єднання, асоціації тощо. На окрему увагу заслуговує зв'язок культурних компонентів «мода – традиція», що безпосередньо стосується специфіки дослідження та феномену впровадження в моду етнічного компонента. У сучасній культурі місце етнічного перебуває у просторі «символічної автентичності», тобто є не просто автентичною частиною культури, а символічною формою, оскільки може бути вписана в іншу культурну реальність, і більшою мірою відображає уявлення і усталений образ феномена, ніж феномен як такий.

В Україні стає все моднішим не лише сам по собі етностиль, а, щонайперше, загальна зацікавленість етнічним, національним у період відсічі

військовій російській агресії і відстоювання власної державності, території. Українську вишиванку не можна розглядати лише через поняття моди, оскільки саме цей феномен поєднує в собі ніби протилежні елементи культури – моду та традицію. Модним стає традиційний елемент культури. На початку ХХ століття гардероб та головні тренди міщанського вбрання в Україні були значно відмінні від сучасних, як і їх вартість. Оскільки в той час не було такого розмаїття брендів та доступу до масового виробництва, витрати на гардероб були залежні від соціального статусу та доходів людей. Соціально-економічний фактор сприяв поширенню народного вбрання в міських умовах. Київ, як соціальний організм, завжди був тісно пов'язаний зі своїми передмістями через торгово-економічні зв'язки. Мешканці навколишніх сіл постачали місту продукти харчування, що забезпечувало його життєдіяльність. Одним із характерних носіїв українського вбрання можна вважати маятникового мігранта, який приїжджав до міста з села для реалізації власної продукції.

Народне вбрання у різних регіонах України набуло рис віддзеркалювало особливості відповідної зони створення та поширення за типовими формами, стилістичними та колоритними ознаками.

Війна – подія, яка змінює не лише хід історії держави, а й життя кожної людини. Це стосується всіх аспектів життя суспільства, включаючи одяг та моду. Війна в новітній історії українського народу має істотний вплив на життя суспільства, внесла свої корективи у сприйняття життєвих цінностей, вплинувши в розвитку індивідуальної та суспільної культури. Усунення понять «мирне» і «військове» викликало трансформацію у свідомості, мистецтві, способі життя різних верств суспільства.

Мілітаризація соціуму вплинула на одяг. Елементи військового стилю активно проникли в буденний одяг, створивши передумови появи нової тенденції у моді. Відомо, що поява тих чи інших нових елементів одягу або його окремих форм, що мають практичне чи декоративне призначення, може надавати одягу образно-сміслового змісту. Незважаючи на те, що головним

завданням одягу є створення атмосфери фізичного та душевного комфорту для людини, яка її носить, проте одночасно одяг несе соціальний посил від людини до навколишнього світу. Людина бажає заявити про себе і висловлює свої думки, наміри чи протест через найдоступніші засоби втілення – одяг, зачіску, імідж загалом.

Війна також сприяла розширенню модної індустрії України у нових напрямках. Розробка захисного одягу на перетині моди і технологій стала популярною галуззю. Українські дизайнери експериментують із розумними матеріалами, що реагують на кліматичні умови, й інтеграцією технологічних інновацій у виробництво. В умовах військових дій та економічних обмежень, українські бренди звертаються до більш екологічних та економічних рішень у виробництві одягу. Багато дизайнерів використовують перероблені матеріали та оптимізують процеси виробництва, щоб зберегти ресурсні можливості в умовах кризових ситуацій. Проблематика української моди під час війни не могла не відобразитися на виробництві та популяризації одягу та аксесуарів. При цьому значна частина українських дизайнерів активно використовує моду як інструмент культурної дипломатії.

Вироби брендів Frolov, Sleeper, Ksenia Schnaider, Bevza, Gasanova, Litkovska, Ttswtrs, Poustovit та інших демонструють креативність і національну спадщину та звичаї, вкладаючи їх в сучасний, витончений вигляд. Деякі з них стали улюбленими в іноземних селебриті. Ці роботи народжені в унікальній атмосфері, яка викликає захоплення та підкорює серця поціновувачів моди. Українське вбрання стає втіленням грації, витонченості та розкоші. Природні матеріали, вишукані вишивки та елегантні деталі роблять ці шедеври унікальними та незрівнянними. Дизайнери додають до своїх колекцій новітній акцент, об'єднуючи традиційні мотиви зі сміливими експериментами та інноваціями (Додаток 10,11).

Творчість українських митців fashion-індустрії зачепила міжнародну аудиторію, отримала схвалення за межами України. Їхні лінійки демонструють креативність і національну спадщину та звичаї, вкладаючи їх в

сучасний, витончений вигляд. Ці роботи народжені в унікальній атмосфері, яка викликає захоплення та підкорює серця поціновувачів моди.

Українське вбрання та аксесуари в умовах війни стають втіленням грації, витонченості та розкоші. Природні матеріали, вишукані вишивки та елегантні деталі роблять ці шедеври унікальними та незрівнянними. Дизайнери додають до своїх колекцій новітній акцент, об'єднуючи традиційні мотиви зі сміливими експериментами та інноваціями.

СПИСОК ВИСКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антонюк О. Формування етнополітики Української держави: історичні та теоретико-методологічні засади: монографія. Київ, 1999. 282 с.
2. Борисенко В. Українська етнологія. Навчальний посібник. Київ: Либідь, 2007. 400 с.
3. Вільшанська О. Повсякденне життя міст України кінця XIX – початку XX ст.: європейські впливи та українські національні особливості. Київ: НАН України, Ін-т історії України, 2009. С. 106–112.
4. Вовк Х. К. Студії з української етнографії та антропології. Київ: Мистецтво, 1995. С. 151.
5. Воронова Т. С. Вплив сучасних суспільно-політичних подій на українську моду. Науковий вісник Музею української моди, №1, 2023.
6. Гаєвська О. В. Новітня жіноча преса кінця XIX – початку XX століття як явище руху опору // Літературознавчі студії. 2017. Вип. 1(1). С. 129-137.
7. Газе Я., Печериця. Я. Культурологічний аспект маркетингу. 77-ма Студентська науково-технічна конференція: збірник тез доповідей. Видавництво Львівської політехніки, 2019. С. 209–210.
8. Галущенко К. Ветерани війни з важкими пораненнями дебютували на Ukrainian Fashion Week: мережа в захваті. OBOZ.UA. 2024. URL: <https://news.obozrevatel.com/ukr/society/veterani-vijni-z-vazhkimi-poranennyami-debyutuvali-na-ukrainian-fashion-week-merezha-v-zahvati-video.htm>.
9. Ганущак Є. І. Етнокультурні особливості українського одягу. Київ: Наукова думка, 2020. 250 с.
10. Дихнич Л. П. Феномен моди в соціокультурних процесах XX століття: Автореф. дис. ... канд. іст. Наук. Київ. нац. ун-т культури і мистец. Київ, 2002. 20 с.
11. Задорожна О. М. Трансформація моди в умовах сучасних викликів. Львів: ЛНУ, 2022. 192 с.
12. Зоря Т. І. Українська мода XX століття. Львів: Світ, 2015.

13. Короленко Т. Як виглядали українки 100 років тому. Дивись Info. URL: <https://dyvys.info/2022/11/12/yak-vyglyadaly-ukrayinky-100-rokiv-tomu>.
14. Косміна Л. Мода і традиція: етностиль у міському костюмі (загадка світлини сестер Хоружинських). Франко / наживо. Авторський проект
15. Кравченко С. П. Українська культура: від традицій до сучасності. Харків: Видавництво ХНУ, 2019. 300 с.
16. Кучеренко І. О. Вишивка як символ національної ідентичності. Одеса: Астропринт, 2021.
17. Лабазович І. Українські дизайнери створюють світові тренди: від сережок з колосками до технологічних пуховиків. LIGA.net. URL: <https://life.liga.net/istoriyi/news/vidpochynok-ne-na-chasi-51-ukraintsiv-ne-planuiut-vidpustky-tsoho-roku>.
18. Левашов В. Диявол війни не носить Zara. Як змінилася українська мода після повномасштабного вторгнення. Фокус. 2023. URL: <https://focus.ua/uk/lifestyle/567225-kak-izmenilas-ukrajinska-moda-posle-polnomasshtabnogo-vtorzhennya>.
19. Маркетинг воєнного часу: як змінилася поведінка споживачів під час війни? Cases Media. URL: <https://cases.media/article/marketing-voyennogochasu-doslidzhennya-havas-village-ukraine>.
20. Марчук Л. Дефіле політики та моди, або «Мода в Україні XX століття». Віче. №5, березень 2016. URL: <https://veche.kiev.ua/journal/5185>.
19. Матейко К. І. Народний одяг XIX – початку XX ст. Частина перша. URL: <https://ukr.sovfarfor.com/dekorativno-prikladne-mistectvo/odjag/272-narodnij-odjag-xix-pochatku-xx-st-chastina-persha.html>.
21. Матейко К. І. Народний одяг XIX – початку XX ст. Частина друга. URL: <https://ukr.sovfarfor.com/dekorativno-prikladne-mistectvo/odjag/273-narodnij-odjag-xix-pochatku-xx-st-chastina-druga.html>.
22. Матейко К. І. Український народний одяг: етнографічний словник. Відп. ред. Р. Кирчів; НАН України, Інститут народознавства. Київ: Наук. думка, 1996. 195 с.

23. Матюхіна О. А. Національний стиль в одязі як вираз національної самосвідомості // Вісник Національного авіаційного університету. Філософія. Культурологія. 2006. № 1. С. 142–148.
24. Мельник М. Т. Мода в контексті художніх практик ХХ ст.: Автореф. дис. ... канд. мистецтвознав. Київ. нац. ун-т культури і мистец. Київ, 2008. 19 с.
25. Мельник Т. В. Сучасні тенденції моди: глобальне і локальне. Дніпро: ДНУ, 2021. 180 с.
26. Міроненко Т. Мода для окопу. Українські дизайнери знайшли своє місце на війні. Як вони допомагають перемогти Росію. Журнал Forbes Ukraine. URL: <https://forbes.ua/inside/moda-dlya-okopu-ukrainski-dizayneri-znayshli-svoe-mistse-na-viyni-yak-voni-dopomagayut-peremogti-rosiyu-31032022-5186>.
27. Нагорна Л. П. Національна ідентичність в Україні. Київ: ІПЕНД, 2002. 271 с.
28. Нечуй-Левицький І. С. Твори : у 2 т. / Іван Семенович Нечуй-Левицький. Київ: Дніпро, 1977. Т. 2. 503 с.
29. Олійник М. Українське народне вбрання та міська мода, вбрання. 2014. URL: <https://ethnography.org.ua/content/ukrayinske-narodne-vbrannya-ta-miska-moda>.
30. Олійник М. Український одяг у системі міської культури Києва (друга половина ХІХ – початок ХХІ століть): монографія. Голов. ред. Г. Скрипник
31. Пасічник К. Натхнення Розстріляним відродженням. Ветерани стали моделями показу Andreas Moskin та представили колекцію функціонального одягу. 2025. ВИДАВНИЧИЙ ДІМ «МЕДІА-ДК. URL: <https://nv.ua/ukr/socium/ukrainian-fashion-week-2025-ukrajinski-veterani-stali-modelyami-pokazu-brendu-andreas-moskin-50490583.html>.
32. Пастух Л. В. Вплив війни на креативні індустрії. Одеса: ОНУ, 2023. 210 с.

33. Поліщук Ю.М. Благодійність в українській модній індустрії. Чернівці: ЧНУ, 2023. 135 с.
34. Попова К., Музиченко Я. Спадок: історія та особливості українського традиційного вбрання, про які ви могли не знати. Journal Answear. 2023. URL: <https://elle.ua/ludi/novosty/spadok-istoriya-ta-osoblivosti-ukrainskogo-tradiciynogo-vbrannya-pro-yaki-vi-mogli-ne-znati/>.
35. Регіональні відмінності в загальному національному стилі українського одягу. ETHOXATA. URL: <https://etnoxata.com.ua/statti/traditsiji/regionalni-vidminnosti-v-zagalnomu-natsionalnomu-stili-ukrajinskogo-odjagu>.
36. Сорочка для Зеленської. Як зробити національні традиції модними та навчитися заробляти на них. Forbes. 2023. URL: https://forbesua.translate.google.com/ru/company/sorochka-dlya-zelenskoi-yak-zrobiti-natsionalnitraditsii-modnimi-ta-navchitis-na-nikh-zaroblyati-biznes-istoriya-forbes-next250-brendu-gunia-project-1906202314267?_x_tr_sl=ru&_x_tr_tl=uk&_x_tr_hl=uk&_x_tr_pto=sc&_x_tr_hist=true.
37. Тканко З. Мода в Україні ХХ століття. Львів: Артос, 2015. 230 с.
38. Тренд тижня – вишиванка. URL: <http://life.pravda.com.ua/fashion/2012/07/17/106887/>.
39. Українські дизайнери про те, як війна вплинула на їхні бренди. BagTone. URL: <https://bagtone.ua/uk/blog/ukrayinski-dizajneri-pro-te-yak-vijna-vpelinula-na-yikhni-brendi-b43.html>.
40. Федина О. Український народний костюм в контексті виставкової діяльності в Європі другої половини ХІХ століття // Дизайн-освіта в Україні: сучасний стан, перспективи розвитку та євроінтеграція. 2011. С. 182.
41. Яворницький Д. І. Запорожжя в залишках старовини і переказах народу: у 2 ч. Вид. 3-тє, випр. і допов. Дніпропетровськ: АРТ-ПРЕС, 2005. Ч. 2 / видавництво АРТ-ПРЕС (Дніпро). 2005. 401 с.

42. Як українська мода за 20 років стала частиною світової fashion-системи. ELLE. 2021. URL: <https://elle.ua/moda/fashion-blog/kak-ukrainskaya-moda-za-20-let-stala-chastyu-mirovoy-fashion-sistemi>.

43. Яцків Я. Розвиток науки в Україні в контексті української національної ідеї // Україна в пошуках себе: національна ідея, проблеми розвитку: зб. матеріалів експертів Всеукр. експерт. мережі / упоряд. О. Судакова. Київ: Києво-Могилян. акад., 2007. С. 222–233.

44. Bevza. URL: <https://bevza.com>.

45. Frolov. Ukrainian in heart, in body, in blood. URL: <https://frolov.fr/uk/collections/ivasyk>

46. Gunia. GUNIA бренд виняткових речей. URL: <https://guniaproject.com.ua>.

47. KseniaSchnaider. URL: <https://ua.kseniaschnaider.com>.

48. Litkovska BRAND. URL: <https://litkovska.com/uk>.

49. Lynd R. S., Lynd H. M. Middletown: A study in American culture. Harcourt Brace Javanovich, 2000. 549 p.

50. Morton G.M. The Arts of Costume and Personal Appearance. U. of Nebraska, 1964. 23 p.

51. Poustovit. Official Online Store. URL: <https://poustovit.com/uk>.

52. Ruslan Baginskiy. URL: <https://ruslanbaginskiy.com/uk>.

53. The COAT by Kate Silchenko. URL: <https://thecoat.com.ua>.

54. Ttswtrs. URL: <https://ua.ttswtrs.com>.

ДОДАТКИ

Додаток 1

**Вишиванки Луганщини**

Укладено за: Косміна Л. Мода і традиція: етностиль у міському костюмі (загадка світлина сестер Хоружинських). Франко / наживо. Авторський проєкт

Додаток 2

**Одяг на Гуцульщині**

Укладено за: Косміна Л. Мода і традиція: етностиль у міському костюмі (загадка світлини сестер Хоружинських). Франко / наживо. Авторський проєкт

Додаток 3

**Вишиванки на Сумщині**

Укладено за: Косміна Л. Мода і традиція: етностиль у міському костюмі (загадка світлини сестер Хоружинських). Франко / наживо. Авторський проєкт

Додаток 4

**Гардероб української міщанки початку XX століття**

Укладено

за:

KYIVHISTORYMUSEUM.

URL:

<https://kyivhistorymuseum.org.ua/en>.

Додаток 5



Гардероб української міщанки початку XX століття

Укладено

за:

KYIVHISTORYMUSEUM.

URL:

<https://kyivhistorymuseum.org.ua/en>.

Додаток 6

**Ukrainian Fashion Week – 2025**

Укладено за: Пасічник К. Натхненна Розстріляним відродженням. Ветерани стали моделями показу Andreas Moskin та представили колекцію функціонального одягу. 2025. ВИДАВНИЧИЙ ДІМ «МЕДІА-ДК.

Додаток 7



Кольє «Обгорілі колоски» від бренду Bevza

Укладено за: Bevza. URL: <https://bevza.com/products/copy-of-spikelet-necklace>.

Додаток 8

**Етнообраз першої леді О. Зеленської до Дня вишиванки**

Укладено за: <https://tsn.ua/ru/lady/news/obschestvo/v-krasivoy-vyshivanke-i-bryukah-palacco-stilnyy-obraz-eleny-zelenskoy-2246419.html>

Додаток 9



Модель Белла Хадід із брендом Bevza

Укладено за: Vogue. URL: <https://vogue.ua/ru/article/fashion/persona/bella-hadid-v-povnomu-obrazi-ukrajinskogo-brendu-bevza-48479.html>.

Додаток 10



Клаудія Шифер у вишитій сукні

Укладено за: Українки. URL: <https://ukrainky.com.ua/svitovi-znamenytosti-u-vyshyvankah-25-zirok-vid-pikasso-do-dzhej-lo>.

Додаток 11



Адель у вишиванці на обкладинці модного журналу VOGUE

Укладено за: УКРАЇНКИ. URL: <https://ukrainky.com.ua/svitovi-znamenytosti-u-vyshyvankah-25-zirok-vid-pikasso-do-dzhej-lo>.