

УДК: 004.92

<https://doi.org/10.37131/2524-0943-2025-54-18>**Зеновія Тканко**

професор, кандидат мистецтвознавства,
завідувач кафедри дизайну костюма
Львівської національної академії мистецтв
<https://orcid.org/0009-0000-2602-9803>

Ольга Тканко

кандидат мистецтвознавства
доцент кафедри дизайну костюма
Львівської національної академії мистецтв

Дослідження моди: проти-річчя, конфлікти, концепції

“Краще бути помішаному на моді, ніж просто помішаному” (Е. Кант “магістр елегантності”)

Анотація. Простежуються питання складного відношення учених до явища моди, неоднозначного і суперечливого. Впродовж століть моду практично ігнорували дослідники, але якщо і розглядали її як об’єкт дослідження, швидше поверхово і не заглиблюючись в її складну природу. Серед філософів, які дійсно наділили увагою моду можна виокремити А.Сміта, І.Канта, Г.Гегеля, В.Беньяміна, Т. Адорно, Г. Зіммера та Ж.Липовецького. Як явище універсальне мода поширилася на всі види людської діяльності. Вивчення цього феномену потребує полісистемного підходу, враховуючи протиріччя і конфлікти сьогодення. Літератури напрацьовано чимало, проте стрімкі еволюційні процеси експлікують на поверхню нові виклики і глибшого трактування самого терміну “мода”, окреслюють тенденції розвитку, а можливо і занепаду. Мода загострила протиріччя між уявленнями про майбутнє і минулим, надіями і тривогами суспільства. Конфлікти соціальні, мілітарні, релігійні, політичні, культурні, наростаючі страхи екологічних катаклізм, що спонукає дизайнерські школи розробляти окремі курси з екопроекування, все це сьогодні виразно простежується у моді, творчості дизайнерів різних поколінь і європейських шкіл. Ці проблеми потребують ретельного і глибокого дослідження. Діапазон застосування концептуальних ідей в експериментах дизайнерів, який розглядаємо в даній статті, достатньо широкий.

Проте, показовим є, що вже у XXI ст. одяг стає семантично наповненим об’єктом культури, відображенням індивідуальності людини, формує власний неповторний образ. В статті побіжно аналізуються колекції останніх років низки брендів, серед яких Скіапареллі, Гуччі, Белансіага, Ж-П.Готьє, Шанель, Феррагамо та ін. Під кінець XX ст. формується серед фахівців-дослідників і в освітніх закладах новий навчальний курс “Теорія моди”, окремі питання якого розглядалися в інтегрованих дисциплінах “Історія костюма і мистецтва”, “Історія моди”. Які дослідницькі питання піднімають науковці і які думки про моду є актуальними останніми роками, від кінця XX - третини XXI ст., простежено в низці праць сучасних теоретиків моди, Б.Вінкен, Лі Еделькорт, В.Стіл, Т.А-гінс, Р.Арнольд та ін. Широка галузь моди пропонує включення до курсу знань з гендерних і культурних досліджень, теорії мистецтва і архітектури, філософії, соціології, антропології семіотики, комунікації, медіа і дизайну.

Ключові слова: мода, дослідження, теорія, концепції, протиріччя, колекції, дизайнери, мистецтво.

Постановка проблеми. Природу моди намагалися пояснити знакові мислителі різних часів і філософських шкіл. Проте, думки їх були дуже протиречивими, а суперечливий характер явища моди потребував його розкриття з огляду різних наук - філософії, соціології, психології, мистецтвознавства та ін.

Теоретичне підґрунтя. Серед філософів, які дійсно наділили увагою моду, виокремимо, насамперед, Адама Сміта, Іммануїла Канта, Георга Вільгельма Фрідріха Гегеля, Вальтера Беньяміна і Теодора Адорно. Крім цього, окремі думки знаходимо і в інших мислителів, але лише два філософи написали монографії про моду: Георг Зіммерль (“Філософія моди”.1904) і Жиль Липовецький (“Імперія ефемерного. Мода і її доля в сучасному суспільстві”.1987). Слушно зазначає Ж.Липовецький у своїй праці “...в цей час як мода все швидше диктує свої швидкоплинні закони, завоює все нові ділянки життя людського суспільства і втягує у свою орбіту всі соціальні пласти і всі покоління, вона залишає байдужими тих, хто покликаний висвітлювати і роз’яснювати рушійну силу і принципний механізм сучасного суспільства” [1. с.9].

Методологія дослідження теорії сучасної моди - міждисциплінарна, поєднує різні підходи гуманітарного, візуального і цифрового плану. Як явище універсальне мода сьогодні поширилася на всі види людської діяльності (практики). Вивчення цього феномену потребує полісистемного підходу, враховуючи протиріччя і конфлікти сьогодення. Літератури напрацьовано вже чимало, проте стрімкі еволюційні процеси експлікують на поверхню нові виклики і глибокого трактування самого терміну "мода", окреслюють тенденції розвитку, а можливо і занепаду.

Мета дослідження. Важливо з'ясувати, які дослідницькі питання піднімають науковці в своїх працях і які думки про моду є актуальними останніми роками, від кінця XX – третини XXI ст. Мода загострила протиріччя між уявленнями про майбутнє і минулим, надіями і тривогами суспільства. Конфлікти соціальні, мілітарні, релігійні, політичні, культурні, наростаючі страхи екологічних катаклізм, що спонукає дизайнерські школи розробляти окремі курси з екопроекування, все це сьогодні виразно простежується у моді, творчості дизайнерів різних поколінь і європейських шкіл. Ці проблеми потребують ретельного і глибокого дослідження.

Виклад основного матеріалу дослідження. Уваги заслуговують, перш за все, публікації дослідників моди, які наполегливо формують думку про "кінець моди" або етап її завершення і перехід у іншу фазу розвитку. "Кінець моди" варто розуміти швидше, що мода, яку знали в XIX і XX ст. кардинально змінилася. Барбара Вінкен про це заявляє у праці "Дух часу: тренди і цикли в системі моди" (2005), досліджуючи еволюцію моди, констатує її кінець, (початки з 1860-х від Ч.Ворта з центром в Парижі), що давно себе вичерпала; еліти, а згодом і престижні дизайнери не диктують її вже суспільству. Тобто, відома до сьогодні "лінійна модель" моди: елітазадавала стилі тенденції, які проникали і поширювалися масами, вже не працює. Точніше, мода "закінчується" після діорівського "ню луку", який був універсальним еталоном і останнім стилем, пов'язаним безпосередньо з тілом людини (антропометричним) [2. с.19].

У XX ст. мода стає більш демократичною, що дає право всім, незважаючи на статус і ранг, виглядати модно, а "розмивання" єдиного модного канону більше сприяє їх самовираженню. В останні десятиліття дизайнери, при всьому бажанні, вже не спроможні витворити колекцію-канон, яка б визначала стиль жінок по світу, а масове виробництво одягу ліквідувало соціально-класові відмінності.

У другій половині XX ст., з появою молодіжної моди і прет-а-порте, створюються неформальні (субкультурні), спортивний стилі, актуалізується поняття "вуличної мода", і їх вплив на от-кутюр. Фактично, з появою цих нових складових системи моди, а також метрополії моди -Лондона, Мілана, Нью-Йорка, висока мода почала втрачати свою значущість. Молодіжні стилі, як до прикладу, "моди", "хіпі", "панки", "готи" разом з японськими і бельгійськими деконструктивістами, якими б

ексцентричними вони не були, все ж відносно легко ще вписуються у канонічну систему моди – традиційне дефіле – замовлення – реклама у глянце-вих виданнях – продажі споживачу.

Валері Стіл вважає, що доцільніше не задаватися питанням про "кінець моди", а швидше роздумувати про ті зміни, які відбуваються в процесі еволюції [3]. Витоки "постмоди", яка дає життя "минувшині" в часі, „варто шукати ще у 1970-х, коли завершується столітній цикл моди (від Ворта до Ів Сен Лорана). Далі - мода обирає "деконструктивізм", концептуалізм, кітч, безконечно цитуючи історію мистецтва і костюму.

Поширюються нові підходи до виготовлення одягу - "апсайклінг", як вторинне використання матеріалів і одягу, "ресайклінг", як переробка самих матеріалів, застосування "пошкодженого" матеріалу та ін., які похитнули підвалини високої моди, маркером якої завжди були якісний матеріал, бездоганний крій і шиття [4. с.21].

Власне, на проблемах сектора от-кутюр наголошує і Тері Агінс в книзі "Кінець моди" (1999) [5. с.19-20], вказуючи на довготривалі тенденції, які виявляють важкий економічний період моди. Моду називають "здирницькою", утверджується споживацька думка, що "без телефону не можна вже обійтися, а без нового одягу - цілком можливо", а "платити менше тепер стає модно!".

Лі Еделькорт в своєму "Маніфесті проти моди" (2015) попереджає, стверджує і закликає до дії: мода вмирає, але готова відродитися в новій формі [4. с.20]. Вона критикує сучасну модель освіти у сфері моди, в рамках якої утверджуються міфи про знаменитих дизайнерів, подіумних показах і елітних брендах. Трендсетерка відчуває ностальгію за оригінальними ідеями і передбачає розквіт, швидше, мистецтва одягу, а не моди.

На тлі перенаселення, виснаження ресурсів і загрози наближаючої екологічної катастрофи, а ще й сьогодні, військової агресії, масове поширення засобів комунікації і цифрових технологій розши-

рило можливості сприйняття і споживання моди. Онлайн-шопінг швидко освоюється людьми, впливає на модну індустрію, в тому числі на способи її візуального представлення.

Еволюційні процеси пов'язані не тільки з технологічними новаціями, але і з естетичними, які виникли як реакція на явище "глобального села" (за М.Маклюеном, через електронні засоби зв'язку вся планета стискається до розмірів села, що привело до миттєвої передачі інформації у будь-яку точку світу). Нова парадигма часу-місця-суб'єкту-сумісності вплинула на тиражування модних образів, які миттєво можна поширити прямими трансляціями [4. с.14].

Сформувалася впливова еліта блогерів, яка перетворила традиційну презентацію моди, і суттєво змінила форми її поширення. Для ознайомлення з дизайнерськими колекціями - подумні покази конкурують з онлайн трансляціями в мережі, цифровими роликами про моду в Instagram, Pinterest тощо. На зміну універмагу і традиційним формам роздрібної торгівлі з'явилися концептуальні магазини. Щоб заманювати споживача новими спокусами, розважати перенасичену видовищами культуру візуальними образами, які експериментують з традиційною мораллю, моді необхідно постійно бути попереду, зазначає Ребекка Арнольд [6.с.150].

Модна індустрія активно сьогодні пересікається з іншими сферами життєдіяльності, як дизайн інтер'єрів, музика, кіно, театр, спорт, література, кулінарія тощо. Відчуття нестабільності повертає до того, що мода, на шляху свого "кінця" розширює поле практик, серед яких – виставкова діяльність. Дизайнер сьогодні швидше виступає як художник, а його роботи – мистецтво, відповідно мода все частіше завойовує музейні простори.

Хоча текстильні і цифрові технології, особливо 3D-друк, визначають майбутнє моди, згадаймо творчість Іріс ван Херпен, Х.Чалояна, все ж, провідною категорією у моді є "творчість", на що в книзі "Креативність" наголошує Міхай Чіксентміхайі. Він переконаний, що оригінальні ідеї народжуються як наслідок сумарної дії різних факторів, а не лише як наслідок розумового процесу "генія". Для розквіту творчості необхідна критична маса людей, яка б могла сприймати і обговорювати нові ідеї. Різноманітність культур, людей і їх діяльності, зосередженість творчої активності створює більш сприятливі умови для виникнення і адаптації нових ідей [7].

Неоціненою є важливість регіональних, національних мод у світовому контексті, які впливають на

розвиток культурної самосвідомості і збагаченню культурних відмінностей в світі. На думку Юнія Кавамура: "в елітний клуб "модних" держав вступають лише ті країни, які змогли перевести національну ідею і традицію на актуальну мову моди і запропонувати власне оригінальне бачення сучасності [8.].

Мода останніх років виразно змінює свій вектор у напрямку концептуальності та індивідуальності. З однієї сторони, виразної видовищності, ексцентричності, провокативності, з іншої – мінімалізму і трансформативності, комфортності і "стійкості" у часі. Принаймні, мода актуалізується і екологізується, активно "співпрацюючи" з соціумом і природнім середовищем, реагуючи на їх запити.

Зосереджуючи у своїй більшості увагу на концептуальній моді, дизайнери зміщують основну увагу у бік інтелектуального одягу, збудованого на знаках, символах і засобах художньої виразності, які потребують глибокого розуміння і осмислення мистецтва. Очевидно, на часі більш підготовлений і захищений споживач, здатний "прочитувати" і виявляти певні завуальовані смисли і послання. Ознаками інтелектуальної моди є – виразне формоутворення, пропорції, нестандартні матеріали і їх сполучення, а сама презентація проходить найчастіше в жанрі шоу і перформанса. А це, як правило, одяг-гасло, повідомлення, який несе соціальні, політичні, екологічні, культурні смисли.

Згадаймо, як приклад, концептуальний одяг Х.Чалояна та Рей Кавакубо, який на початках не мав жодного комерційного успіху, проте привернув увагу своєю ідейною виразністю та мистецькою інноваційністю. Їх творчість - приклад смислового, ідейного посилу, який збагачує і розвиває моду, розширює її усталені межі і впроваджує нове у звичні соціальні та культурні стандарти.

Сьогодні є можливість і потреба осмислити всі процеси і складні питання моди. Так, мода – грайлива, підступна, як люблять підкреслювати більшість, проте вона інтелектуальна. Мода для нас, це – усвідомлений чуттєвий і творчий процес, який визначається не тільки комерцією і трендами. Вникаючи у природу моди, розуміємо, що вона потребує більш

глибокого тлумачення, яке б передавало її розвиток, складність, багатовимірність, необхідність у критичному мисленні з врахуванням широкого соціокультурного контексту. Питання глобалізації, швидкої і сталої моди, диджиталізації, простору моди потребують вивчення і пояснення. Багато критики і запитань до екологічності моди, соціальної справед-

ливості в плані фактичної їх "нешкідливості". Виробництво одягу, незважаючи навіть на найсучасніші індустріальні технології, включає тісно пов'язані між собою, соціальні, економічні і етичні аспекти, залишаються актуальними питанням у своєму вирішенні, і це зачіпає екологічну стабільність.

Отже, одяг – найприродніший спосіб для самовираження! Логічно, що концептуальна мода ніколи не набуває масового споживання, проте її вплив на моду в цілому величезний (деконструктивізм, відкриті шви, "зношені" тканини, редизайн виробів тощо). Змінюючись, мода вловлює суспільні настрої і демонструє розмаїття стилів, намагаючись спокусити споживача, який давно вже перенасичений модними "одкровеннями", знахідками, експериментами тощо.

Ну і що далі, чим живе мода і як модифікується, які колаборації утворює. Витоки моди, це - безконечні метафори, цитати, аллюзії і відсилки до минулого. Основними темами дизайнерських розробок останні роки XXI століття виступають: ретро видовищність, гендерність, андрогінність, еко-етно пошуки, еротизм, агресія, смерть і влада.

Цікавим для світу моди є прогноз вже згадуваного трансдсеттера дизайну Лі Еделькорт [9], яка передбачає великий поворот моди до романтики і дівочої естетики, поєднання "солодкого" гламуру і молодіжної енергетики. Ця "карамельна" естетика має виразний вінтажний характер: гібрид кокетки та блогерши, а також комбінацію стилістики романтизму (напівпрозорі тканини, складки, драпірування, рюші, бантики) та типового хлопчика з міських блоків (шкільні мундири, спортивні штани, бомбери, кросівки-снікерси). Силует надалі змінюватиметься у напрямку жіночності, а це - криноліни, історичні спіднички аля паньє, розширюючі і підкреслюючі стегна тощо. І в цілій низці колекцій дизайнерів на останніх тижнях моди в

Європі спостерігаємо цю, доволі оптимістичну, тенденцію.

В колекції Сімоне Роша для Жана Поля Готьє (весна-літо 2025) вже дефілюють фантазійно-романтичні образи у грайливих напівпрозорих сукнях, оздоблених каміннями і мотивами квітки гвоздики як спогад про легендарне балетне шоу 1980-х "Гвоздики" Піни Бауш, яким дизайнерка надихається.

На шоу Високої моди для Дому Шанель (осінь-зима 2024-25) було презентовано романтичні образи, теж натхненні театром. Серед них - ансамблі, інспіровані одягом Коко Шанель з балетних постановок

часів арт-деко ("Синій потяг" і "Аполлон Мусагет"). А особливістю колекції було багатство і різноманіття матеріалів і фактур, їх цікаве поєднання, де базовим матеріалом залишається шанелівський твід.

Вишуканістю вчоргове виокремлюється колекція (осінь-зима 2024-25) Ель Сааб, поєднавши у собі драматичний тотальний чорний і жіночі сукні у тілесних тонах, оздоблені квітами. Традиційно спостерігаємо у колекції драпірування, прозорі тканини, вишивку кристалами, пір'я тощо.

Колекція Максиміліана Девіса для Феррагамо (весна-літо 2025) інспірована творчістю артистів балету К.Данхем та Ганса ван Манена, точніше їх фотоблазами. І таку тенденцію можна спостерігати у колекціях зі шкіряними сукнями-пачками або спідницями-бульбашками у Дж.Андерсона, Алайї та ін.

Як можемо стверджувати, тренд "балеткор" періодично з'являється на подіумах, переймаючи практично всі компоненти балетного костюма в тих чи інших інтерпретаціях. Його не оминули ні К.Діор, К.Лакруа, Ж.-П.Готьє, Е.Мораліоглу, Міу Міу, Феррагамо тощо. А в наступному сезоні він набере лише більшої виразності та образної гостроти.

Перформанси Демни Гвасарії для Баленсіага – зусилля автора вкотре заінтригувати свою публіку, здивувати і вразити. Його дефіле нагадують постапокаліптичні видовища зі снігом, болотом, дощем і мрякою. А вбрання здебільшого оверсайзне, з великими комірами, дивними аксесуарами і взуттям-кросами на шпильках. Не рідко, костюми Демни, це - політичні гасла, як зокрема, на підтримку України, українських біженців в колекції осінь-зима 2022-23. Така смілива і принципова колекція засвідчує її дієвість, засуджує агресію у будь-яких її проявах. "В сучасному світі моди ти повинен ризикувати, якщо хочеш вижити", стверджує Демна [...]. У XXI ст. мистецтво перформансу повинно викликати суспільний резонанс, творити сотні мемів, відповідно - нових фанатів. Гвасарія творить як концептуальний художник, поставивши на культурну ідентичність – познайомивши світ з естетикою пострадянської епохи... Наступну колекцію Демна визначив як дауну субкультурам, що зазвичай впливають на його бачення моди. Він перетворив шоу на медитацію, насичену позитивною енергією, відійшовши від концепції представлення вишуканих суконь, натомість, презентує оверсайзні моделі зі шкіри і деніму.

Показ Даніеля Розберрі для модного будинку Скі-апареллі, (осінь-зима 2024-25) - виразна одягова видовищність, ексцентрика з дивовижним формотво-

ренням, складним драпіруванням, комбінаторикою прозорих та непрозорих тканин, кристалами, бантами, розрізами, анімалістичними деталями і фірмовими чудернацькими аксесуарами. Дизайнер занурив глядача у містичний образ птахи-фенікса, що постає з попелу як символ переродження. Стилістично моделі розроблені за естетикою моди і мистецтва 1950-х років, часу творчості Ельзи Скіапареллі.

Гендерна тематика має давню історію. Ж-Поль Готьє ще в далекі 1980 роки одягнув чоловіків у спідниці, заставивши людство задуматися над одвічним: мужній, бо в штанах і жіночний, бо в спідниці. Ці категорії, є особистісними, індивідуальними і зовсім не зчитуються з зовнішнього вигляду людини. Тут можна було б пригадати численні приклади з історії костюма. Спроби переосмислення гендеру, його маркування в своїх колекціях представляли А.Мікеле для Gucci (2015), Міучча Прада (2015), Louis Vuitton (2016), Rick Owens (2013), Burberry та ціла низка модних брендів.

І на завершення нашої теми - епатажний американець Рік Овенс, відомий як дизайнер-авангардист. Його дивовижні шоу-презентації чоловічої і жіночої неокласики і футуризму, фантазії і функціональності, зрештою колабораціонізму, завжди привертають увагу, дивують і шокують. Колекція осінь-зима 2023-24, це - пуховики-трансформери, дивовижні накидки, плащі, жилети з футуристичними деталями і додатками, одночасно прості, комфортні і андрогінні. До традиційної сіро-чорної гами додано ніжні відтінки рожевого і вохристого. Моделі художника дають простір творити індивідуальні, сміливі і унікальні образи для різних життєвих okazji.

У колекціях названих знаних брендів для Ж-П Готьє, Прадо, Шанель, Діор, Скіапареллі, Белансіага і менш відомих спостерігаємо калейдоскоп цікавих, дивних, несподіваних ідей, висловлених мовою кольору, форми, пропорціями, фактурами у образах, частина яких матиме лише видовищний успіх, а решта житиме у численних інтерпретаціях у моді повсякдення. Приклади творчих одягових проектів дизайнерів і розглядаємо в даній статті. Як бачимо, діапазон застосування концептуальних ідей в дизайнерських експериментах достатньо широкий. Вже у XXI ст. одяг стає семантично наповненим об'єктом культури, відображенням індивідуальності людини, формує власний неповторний образ.

В Україні останніх років модна індустрія стала індикатором соціальних настроїв, змін, важких мілітарних часів, якісно переформатувалася для за-

безпечення одягом фронту, з однієї сторони, і продовжила творчі пошуки, презентуючи їх на подіумах світу, з іншої сторони. А восени 2024 року повернулася додому, на Ukrainian Fashion Week, оголосивши перед світом гасло: "Ми створюємо надію, попри війну". Про творчість вітчизняних дизайнерів моди мова йтиме окремо.

З кінця XX ст. формується серед в освітніх закладах навчальний курс "Теорія моди", окремі питання якого розглядалися в дисциплінах "Історія костюма", "Історія моди". Творчій роботі дизайнера, як наголошує педагог і дизайнер Барбара Шмельцер-Цирингер, мають слідувати теоретичні предмети для допомоги у пошуку теми, реалізації проектів і презентації колекцій [10]. Важливо забезпечити відповідність наукових робіт академічним стандартам, аналогічно університетським дисциплінам. Широка галузь моди пропонує включення до курсу знань з гендерних і культурних досліджень, теорії мистецтва і архітектури, філософії, соціології, антропології семіотики, комунікації, медіа і дизайну.

Базовою освітньою програмою в рамках міждисциплінарного проекту в європейських навчальних закладах розглядається програма моди Елізабет Уілсон, куди увійшли різноманітні теми, пов'язані з візуальною мовою моди, ідентичністю, етнічністю, високою модою, популярними стилями, екомодою і фемінізмом. "Історія костюма", "Історія моди". Напряцьовано матеріал по актуальним світовим концепціям та процесам моди у першій в Україні монографії Марини Лосєвої [11].

Висновки. Велика кількість наукових публікацій в останні десятиліття засвідчують актуальність і зацікавленість проблематикою сучасної моди. Проте, як зазначив Малкольм Барнард, автор видання "Теорія моди": "не існує єдиного набору ідей або єдиної концептуальної схеми, за допомогою якої можна було б визначити, проаналізувати і критично осмислити моду. Швидше, існують теорії про моду, точніше існують теорії моди. Різні академічні дисципліни застосовуються до практик, інституцій, персоналу і об'єктів, що складають моду" [10. с.11]. Так що поперед - дослідження моди як соціокультурного, багатовимірного явища в суспільстві, яке в постійній динаміці, протиріччі і розвитку.

1. Lipovetsky G. L'empire de l'éphémère: la mode et son destin dans les sociétés modernes. Paris : Gallimard, 1987. 345 p.

2. Vinken B. Fashion Zeitgeist: Trends and Cycles in the Fashion System / transl. M. Hewson. Oxford; New York: Berg, 2005. 161 p.

3. Steele V. *Fetish: Fashion, Sex and Power* / New York; Oxford, Oxford : University Press 1996. 243 p. + 24 p. plates.
4. *The End of Fashion: Clothing and Dress in the Age of Globalization* / eds. A. Geczy, V. Karaminas. London: Bloomsbury Visual Arts, 2019. 238 p.
5. Agins T. *The End of Fashion: The Mass Marketing of the Clothing Business*. New York : William Morrow. 1999. 320 p.
6. Arnold R. *Fashion, Desire and Anxiety: Image and Morality in the Twentieth Century*. New Brunswick; London : Rutgers University Press 2001. 288 p.
7. Csikszentmihalyi M. *Creativity: Flow and the Psychology of Discovery and Invention*. New York : Harper Perennial, 1996. 456 p.
8. Kawamura Y. *Fashion-ology: An Introduction to Fashion Studies*. Oxford; New York : Berg. 2009. 124 p.
9. Шмельцер-Цирингер Б. *Дизайн моды: теория и практика*. Київ : Гуманитарний центр. 2021. 264 с.
10. Лосева М. *Теорія моди: концепції та практики*. Харків : Талант, 2023. 176 с.

References:

1. Lipovetsky G. (1987). *L'empire de l'ephemere: la mode et son destin dans les societees modernes*. GALLIMARD. Paris.
2. Vinken B. (2005). *Fashion Zeitgeist: Trends and Cycles in the Fashion System* / Transl. M.Hewson. Oxford; New York.
3. Steele V. (1996). *Fetish: Fashion, Sex and Power*. Oxford University Press. New York. Oxford.
4. Edited by Geczy A. and Karaminas. V. (2019). *The End of Fashion. Clothing and Dress in the Age of Globalization*. Bloomsbury Visual Arts.
5. Agins T. (1999). *The End of Fashion: The Mass Marketing of the Clothing Business*. New York: William and Morrow.
6. Arnold R. (2001). *Fashion, Desire and Anxiety: Image and Morality in the Twentieth Century*. I. B. Tauris Publishers London. New York.
7. Csikszentmihalyi M. (1996). *Creativity: Flow and the Psychology of Discovery and Invention*. New York: Harper Perennial.
8. Yuniya Kawamura.(2009). *Fashionology An Introduction to Fashion Studies*. Berg.
9. Shmeltser-Tsyrnher B. (2021). *Dyzain mody. Teoriia i praktyka*. Kharkiv. Humanitarnyi Tsentr.
10. Losieva M. (2023). *Teoriia mody. Kontseptsii ta praktyky*. Kharkiv. Talant.

ANNOTATION

Tkanko Zenovija, Tkanko Olha. Fashion Studies: Contradictions, Conflicts, and Concepts

The article traces the complex attitude of scientists to the phenomenon of fashion, which is ambiguous and controversial. For centuries, fashion has been virtually ignored by researchers, but if they did consider

it as an object of study, it was rather superficial and without delving into its complex nature. Among the philosophers who really paid attention to fashion are A. Smith, I. Kant, G. Hegel, V. Benjamin, T. Adorno, G. Simmel and J. Lipovetsky. As a universal phenomenon, fashion has spread to all types of human activity. The study of this phenomenon requires a polysystemic approach, taking into account the contradictions and conflicts of our time. A lot of literature has been developed, but rapid evolutionary processes bring to the surface new challenges and a deeper interpretation of the term "fashion", outline trends of development, and possibly decline. Fashion has exacerbated the contradictions between ideas about the future and the past, the hopes and anxieties of society. Social, military, religious, political, cultural conflicts, growing fears of environmental disasters, which prompts design schools to develop separate courses in eco-design, are all clearly visible in fashion, the work of designers of different generations and European schools. These issues require careful and in-depth research. The range of application of conceptual ideas in the experiments of designers, which we consider in this article, is quite wide. However, it is significant that in the twenty-first century clothing is becoming a semantically filled cultural object, a reflection of a person's individuality, and forms its own unique image. The article briefly analyses the collections of recent years of a number of brands, including Schiaparelli, Gucci, Balenciaga, J.P. Gaultier, Chanel, Ferragamo, etc. By the end of the twentieth century, a new course 'Fashion Theory' was being formed among researchers and in educational institutions, some of whose issues were considered in the integrated disciplines "History of Costume and Art" and "History of Fashion". What research questions are raised by scholars and what thoughts about fashion have been relevant in recent years, from the end of the twentieth to the third of the twenty-first century, can be traced in a number of works by contemporary fashion theorists, such as B. Winken, Lee Edelkort, W. Steele, T. Agins, R. Arnold, and others. The broad field of fashion offers the inclusion of knowledge in gender and cultural studies, art and architecture theory, philosophy, sociology, anthropology, semiotics, communication, media and design.

Keywords: fashion, research, theory, concepts, contradictions, collections, designers, art.