

УДК 7.05:391:316.77:008(477)

DOI <https://doi.org/10.32782/facs-2025-4-30>**Тетяна БАЗИЛЬСЬКА**

магістр проектування взуття і галантерейних виробів, дизайнер взуття, EASTMAN GROUP, 34 West 33rd Street, New York, NY 10001, США

ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-4338-1233>

Бібліографічний опис статті: Базильська, Т. (2025). Мода як медіа: роль одягу у формуванні соціальних наративів. *Fine Art and Culture Studies*, 4, 245–252, doi: <https://doi.org/10.32782/facs-2025-4-30>

МОДА ЯК МЕДІА: РОЛЬ ОДЯГУ У ФОРМУВАННІ СОЦІАЛЬНИХ НАРАТИВІВ

У роботі досліджується мода як засіб формування соціальних наративів, розглядаючи одяг не лише як елемент зовнішнього вигляду, а й як спосіб вираження ідентичності, політичних змін та суспільних настроїв. **Мета.** Дослідження покликане з'ясувати, як мода – насамперед сучасні дизайнерські переосмислення українського народного костюма – виконує функцію медіа, що транслює соціальні наративи, політичні меседжі й колективну пам'ять. Центральним об'єктом аналізу є символіка орнаментів, колористика та конструктивні рішення, через які вибудовується діалог між історичною спадщиною і сучасними культурними процесами.

Методологія. Дослідження ґрунтується на міждисциплінарному підході, що об'єднує: (1) історико-етнографічний аналіз 96 музейних і приватних колекцій; (2) культурну семіотику для дешифрування візуальних кодів; (3) контент-аналіз 220 зображень подіумних показів і соціальних мереж 2014–2024 рр.; (4) case-study п'яти провідних брендів («Gunia Project», «Varenyky Fashion», «Oberig», «Foberini», «Hvoyna»); (5) критичний огляд понад тридцяти законодавчих актів, що регламентували носіння національного вбрання від XVI ст. до сьогодні; (6) напівструктуровані інтерв'ю з 18 дизайнерами та 42 споживачами, які дозволили зіставити творчі інтенції з громадськими очікуваннями. Виявлено, що мода в Україні стала простором для висловлення політичних позицій, що підтверджується використанням традиційного вбрання під час громадських протестів та культурних подій. Також розглянуто, як глобалізація впливає на інтерпретацію національного костюма, формуючи баланс між збереженням автентичності та адаптацією до сучасних вимог ринку. Підкреслено, що мода виконує функцію медіа, оскільки вона передає суспільні наративи, закріплює символи національної ідентичності та відображає колективну пам'ять.

Наукова новизна. Уперше доведено, що модернізований український народний костюм є автономним крос-медійним кодом, здатним виконувати естетичну, комунікативну й політичну функції одночасно. Виявлено механізми «перешифрування» традиційних символів у глобалізованому модному дискурсі: автентична вишивка інтегрується в мінімалістичні силуети, локальні тканини поєднуються з технотекстилем, а регіональна палітра адаптується до колірної системи Pantone. Викристалізовано три дизайнерські стратегії – реконструктивну, гібридизаційну та концептуальну, – кожна з яких формує власний набір маркерів культурної приналежності. Доведено, що залучення народних мотивів посилює національну ідентичність у постколоніальному й воєнному контекстах і водночас виконує роль інструмента м'якої культурної дипломатії.

Висновки. Узагальнено, що одяг є ефективним каналом суспільної комунікації, що формує уявлення про спільноту та її цінності; політичні трансформації безпосередньо впливають на дизайнерські рішення, змінюючи символічне навантаження кольорів, орнаментів і крою; збереження культурного коду через моду забезпечує баланс між автентичністю та глобальними ринковими вимогами, підтримуючи економічну стійкість локальних виробників; інтеграція народних мотивів у повсякденний гардероб популяризує нематеріальну спадщину й розширює культурну дипломатію України у світі; мода виступає не лише індикатором, а й каталізатором соціальних змін, формуючи нові візуальні сценарії колективної ідентичності. Результати дослідження свідчать про те, що одяг є не лише предметом споживання, а й інструментом суспільної комунікації, який формує уявлення про спільноту та її культурні цінності.

Ключові слова: культурна ідентичність, народний костюм, символіка одягу, дизайн, традиційно-сучасно синергія.

Tetiana BAZYLSKA

Master's Degree in Footwear and Leather Accessories Design,

Footwear Designer, EASTMAN GROUP, 34 West 33rd Street, New York, New York 10001, USA

ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-4338-1233>

To cite this article: Bazylska, T. (2025). Fashion as media: The role of clothing in shaping social narratives. *Fine Art and Culture Studies*, 4, 245–252, doi: <https://doi.org/10.32782/facs-2025-4-30>

FASHION AS MEDIA: THE ROLE OF CLOTHING IN SHAPING SOCIAL NARRATIVES

*This paper looks at fashion as a way to shape social narratives, seeing clothes not just as something to look good in, but also as a way to express identity, political change, and social moods. **Objective.** The study aims to determine how fashion, primarily contemporary designer reinterpretations of Ukrainian folk costumes, functions as a medium that transmits social narratives, political messages, and collective memory. The central focus of the analysis is the symbolism of ornamentation, color schemes, and design structures that create a dialogue between historical heritage and contemporary cultural processes.*

Methodology. The study is based on an interdisciplinary approach that includes: (1) historical and ethnographic analysis of 96 museum and private collections; (2) cultural semiotics used to interpret visual codes; (3) content analysis of 220 images from runway shows and social media platforms between 2014 and 2024; (4) case studies of five leading brands (Gunia Project, Varenyky Fashion, Oberig, Foberini, and Hvoyra); (5) a critical review of more than thirty legislative acts regulating the use of national dress from the sixteenth century to the present; and (6) semi-structured interviews with 18 designers and 42 consumers, which enabled a comparison of creative intentions and public expectations.

The study finds that fashion in Ukraine has become a platform for expressing political positions, as evidenced by the appearance of traditional clothing in public protests and cultural events. It also explores the influence of globalization on the interpretation of national costumes, highlighting the balance between preserving authenticity and adapting to modern market demands. The research emphasizes that fashion acts as a medium, transmitting social narratives, reinforcing national identity symbols, and reflecting collective memory.

Scientific Novelty. For the first time, the study establishes that the modernized Ukrainian folk costume represents an autonomous cross-media code capable of simultaneously performing aesthetic, communicative, and political functions. It identifies mechanisms through which traditional symbols are reinterpreted in the context of global fashion. Authentic embroidery is incorporated into minimalist silhouettes, local fabrics are combined with technical textiles, and regional color palettes are adapted to the Pantone color system. The study outlines three design strategies: reconstructive, hybrid, and conceptual. Each approach produces its own set of cultural identity markers. The integration of folk motifs is shown to strengthen national identity in post-colonial and conflict-related contexts while also serving as an instrument of soft cultural diplomacy.

Conclusions. The research concludes that clothing serves as an effective channel of social communication that shapes perceptions of community and shared values. Political transformations influence design decisions by altering the symbolic meaning of colors, patterns, and cuts. The preservation of cultural codes through fashion maintains a balance between authenticity and global market requirements, supporting the economic resilience of local producers. The incorporation of folk elements into everyday wardrobes promotes the visibility of intangible cultural heritage and extends Ukraine's reach in international cultural diplomacy. Fashion is positioned not only as an indicator of social change but also as a catalyst that generates new visual scenarios of collective identity. Ultimately, clothing functions both as a consumer product and as a tool of communication that contributes to shaping cultural awareness and social cohesion.

Key words: cultural identity, folk costume, clothing symbolism, design, traditional-modern synergy.

Постановка проблеми. Достеменно відомо, що одяг виступає не лише функціональним елементом гардероба, а й вагомим засобом комунікації, що відображає соціальні, культурні та політичні процеси. Упродовж історії мода виконувала роль індикатора суспільних трансформацій, символізуючи як соціальну стратифікацію, так і процеси емансипації, національного самовираження та культурного оновлення. У сучасному комунікативному середовищі, де інформація поширюється через різноманітні медіа, мода також функціонує як канал трансляції соціальних наративів.

Український народний костюм постає засобом репрезентації культурної пам'яті, що не лише візуалізує естетичні орієнтири різних історичних періодів, а й уособлює процеси формування національної ідентичності. Особливої актуальності він набуває в умовах сучасних соціальних зрушень, коли традиційні мотиви

використовуються не лише в контексті обрядовості чи фольклору, а й як символ громадянської позиції.

У статті мода розглядається як засіб комунікації, що формує колективну ідентичність через стильові коди, символіку та культурні референції. Аналізується адаптація традиційного українського одягу до сучасних соціокультурних умов і трансформація його значення у публічному дискурсі. Особлива увага приділяється впливу політичних і соціальних чинників на зміну сприйняття народного костюма та процес його інтеграції в актуальний модний простір.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз літератури, присвяченої взаємозв'язкам між психологією одягу, політичними впливами в моді та історико-етнографічними особливостями традиційного українського вбрання, демонструє складну взаємодію особистісних, соціальних та культурних аспектів одягу.

Розглянуті дослідження висвітлюють, як одяг стає потужним засобом невербальної комунікації, маркером соціальної ідентичності та інструментом політичного впливу, а також як традиційні форми вбрання адаптуються до умов урбанізації та змін у суспільстві.

D. Kodžoman (2019) аналізує психологічні аспекти одягу, зі звертанням уваги на значення кольорів, вплив одягу на самовідчуття та формування соціального іміджу. Підкреслюється, що одяг є не лише засобом захисту, а й потужним засобом комунікації, який через вибір кольорів та стилів може відображати емоційний стан, соціальний статус та навіть гендерні стереотипи. Дослідження демонструє, як різні кольори та форми одягу впливають на сприйняття особистості оточуючими та самими носіями.

У роботі Р. Квасниці (2023) розглядається взаємодія моди та політики, досліджуючи, як політичні процеси та символи впливають на формування модних трендів. Аналізуються історичні та сучасні приклади, де політична символіка, модні дефіле та імідж політичних лідерів стають засобом вираження політичних ідей та протесту. За результатами дослідження, мода виступає як важливий інструмент соціального регулювання, здатний віддзеркалювати суспільну стратифікацію та сприяти формуванню політичної свідомості.

М. В. Олійник розглядає еволюцію використання традиційного українського вбрання в міських умовах на прикладі Києва, прослідковуючи процес його дифузії в соціокультурний простір міста протягом трьох основних періодів. На першому етапі (1851–1920 рр.) відбувалося формування системного підходу до збору даних про народний одяг і його сприйняття як елемента національного костюма. У другому періоді (1920–1991 рр.) акцент зміщувався до виявлення складових сільського строю і пошуку національних ознак у міському одязі, що свідчило про взаємодію між традиційними моделями та урбаністичними впливами. Третій період (1991–2024 роки) вирізняється зростанням інтересу до проблематики національної ідентичності, що виражається, зокрема, через використання традиційного одягу, адаптованого до сучасних соціокультурних реалій. У роботі акцентовано, що народне вбрання є не лише матеріальним атрибутом, а складним соціокультурним

феноменом, який виконує низку важливих функцій – зокрема, комунікативну, ідентифікаційну, політико-свідомісну та меморативну. Народний костюм у сучасному урбаністичному просторі постає засобом збереження і трансляції культурної спадщини, а також інструментом актуалізації колективної пам'яті.

Варто звернути увагу на доробок таких дослідників, як А. Mateo (2024), N. Javakhishvili (n.d.), N. A. Okwir (2025), M. A. Özdil (2021), Р. І. Безугла (2022), L. Ponomar (2024), В. Титаренко (2024), Ж. З. Денисюк (2022), М. Ahedo (2018), N. Rana (2024) та ін.

Проте, попри наявність згаданих наукових праць, проблематика моди як елемента соціального нарративу залишається недостатньо опрацьованою в академічному дискурсі й потребує подальшого системного дослідження.

Мета дослідження полягає у вивченні ролі одягу у формуванні соціальних нарративів на прикладі процесу модернізації українського традиційного вбрання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Взаємозв'язок між модою, культурною ідентичністю та соціополітичними реаліями завжди справляв відчутний вплив на формування культурних кодів народів, зокрема на традиційне вбрання. Одяг виступає засобом, через який репрезентуються, інтерпретуються й трансформуються колективні нарративи, що відображають соціальні, політичні та культурні зміни у суспільстві.

В українському контексті, перспективи реалізації дизайнерських рішень у відношенні народних костюмів та сучасні модні практики надають розширений портрет нині наявного культурно-політичного дискурсу (Mateo, 2024; Javakhishvili, n.d.). Спостерігається тенденція трансформації традиційного одягу відповідно до потреб сучасного життя, що супроводжується переосмисленням архаїчних символів як реакцією на зміну політичного контексту та розвиток колективної ідентичності, яка набуває естетичного втілення у виборі одягу. Кожен інноваційний елемент – від композиційного розміщення вишиваних мотивів до делікатних деталей, що відсилають до спадкових силуетів, – відіграє роль у формуванні ширшої репрезентації того, ким є сучасні українці та яким чином вони долають соціокультурні виклики (Okwir, 2025).

Жодне дизайнерське рішення не постає у відриві від політичного контексту, суспільних очікувань чи процесів ідентифікації: кожна трансформація конструкції одягу здійснюється у взаємодії між культурною спадщиною та сучасними формами креативності (Özdil, 2021).

Український народний костюм історично формувався на перетині практичних функцій і символічних настанов, які віддзеркалювали розмаїття локальних традицій. Упродовж століть, у процесі інтеграції локальних спільнот на тлі численних соціополітичних трансформацій, відбулася консолідація етосу спадкоємності в дизайні. Цей процес супроводжувався креативною адаптацією силуетів, орнаментальних систем та технік оздоблення (Bezugla, 2022).

Традиційні стилі, які лежать в культурному коді сільського життя, природно підкреслювали місцеві матеріали та техніки, передавані крізь покоління. Різноманітні сорочки у стилі туніки, плісовані спідниці або з загортанням, кептарі та ретельно вишиті елементи набули ролі візуальних маркерів колективної належності одному цілому (Ponomar, 2024). Розташування вишитих мотивів навколо комору, рукавів та подолу сигналізувало не тільки про регіональне походження, але також про персональний статус, або обрядове значення. Ці композиції розглядаються в якості фундаментальних шаблонів для сучасних позицій одягу, які спрямовані на збереження почуття культурної постійності. У той же час, орнаментальні елементи мають значення у політичних та соціальних контекстах, оскільки вони несуть асоціації з колективною солідарністю та усвідомленням національних цінностей.

Політичне життя в Україні, формоване століттями імперського правління та наступними зусиллями, спрямованими на самоідентифікацію, глибоко змінило траєкторію вираження народного вбрання. Адміністративні регуляції під час імперських та авторитарних режимів характеризувалися приписами, які передбачали заборону конкретних предметів народного вбрання, або взагалі як мають одягатися простолудини. Такі закони ставили за мету насадження соціальних ієрархій, пригнічення форм культурного вираження та просування ідеологічно обумовлених бачень одноманітності. Взаємозв'язок між політичними обмеженнями та дизайном таким чином проявлявся у кожній

стадії виробництва одягу. Перехід до сучасної української національної ідеї після 1991 впровадив середовище, у якому сукня та вишиванка, могли б стати затвердженням української гордості та політичної належності (Титаренко, 2024). Дизайнери, освітні діячі та звичайні громадяни почали інтерпретувати це вбрання не тільки в якості пережитків фольклору, але також в якості зовнішніх демонстрацій цінностей, які є важливими новому українському громадському суспільству.

Події, якими була ознаменована сучасна українська історія, включаючи головні політичні переходи та публічні протестні рухи, надали додаткові рівні значення естетичних якостей традиційної вишивки та силуетів одягу. Суспільні площі, наповнені громадянами, одягнутими у вишиванки – усе це пов'язане з конотацією належності та емоційної прихильності до спільної ідеї. З точки зору дизайну, це розуміння створило необхідність розробки одягу, який суміщав би розпізнавані народні елементи з певними адаптаціями, які б відповідали сучасним контекстам, як наприклад сучасні простіші кріплення, або звичні пропорції з силуетами. У результаті таке рішення покликане забезпечити умову, за якої споживач ідентифікуватиме себе за допомогою візуальних маркерів патріотизму, водночас використовуючи повсякденне вбрання (Денисюк, 2022). Із соціально-психологічного погляду колір і орнаментальні елементи виступають індикаторами колективної свідомості, демонструючи, як вибір елементів одягу відображає глибинні процеси належності та політичної самоідентифікації.

Концептуальне підґрунтя цих трансформацій ґрунтується на розумінні того, що одяг супроводжує соціальне сприйняття статусу, лояльності та індивідуального самовираження. Надягаючи вишиванки, люди не лише апелюють до спільного історичного минулого, а й засвідчують підтримку сучасної боротьби за збереження національної ідеї.

Водночас не існує єдиного підходу до того, як саме слід інтерпретувати ці традиції в межах дизайнерського мислення (Ahedo, 2018). Іноді історичне вбрання відтворюється буквально – із збереженням структурних ознак та розміщенням орнаментів як прояв шани до спадкових знань. В інших випадках практикується інтеграція високотехнологічних методів виробництва

й глобальних стилевих тенденцій, унаслідок чого створюються гібридні форми, які поєднують локальні візерунки зі силуетами, типовими для урбаністичного середовища.

У кожному з цих підходів процес дизайнерського осмислення потребує уваги до фізіологічного сприйняття кольору, символіки геометричних форм і ретельного добору матеріалів. Тісний зв'язок одягу з почуттям особистої самосвідомості індивіда, у поєднанні з колективною пам'яттю суспільства, надає таким креативним виборам значущості, що виходить за межі суто естетичних міркувань.

Національні наративи, що постійно піддаються переосмисленню внаслідок змін державного управління та дипломатичних векторів, зумовлюють те, що акт носіння або створення українського народного одягу набуває політичного резонансу. Як було зазначено раніше, представники владних структур у попередні історичні періоди прагнули стандартизувати або витіснити видимі форми народного вираження. Зокрема, законодавчі акти регламентували носіння традиційного одягу з метою усунення локальних відмінностей.

Протягом тривалого часу, зокрема в контексті радянського режиму, індивіди змушені були приховувати або знищувати елементи, що слугували маркерами національної ідентичності, аби уникнути переслідувань. Із моменту здобуття незалежності в Україні з'явилася можливість вільного використання національних символів.

У дизайнерському вимірі це культурне відродження супроводжувалося формуванням нових каналів виробництва, дистрибуції та креативного обміну, що сприяло інтеграції народної традиції у процес становлення сучасної національної моди.

Політика стає частиною цих взаємодій у той час, коли публічні діячі здійснюють прийняття, або схвалення певних стилей та атрибутів одягу, натхненних народною культурою. Національні лідери думок інколи підвищували публічність вишитого вбрання шляхом носіння його під час значних подій, що передбачало зв'язок між персональними образами та символічними цінностями дизайну, заснованого на культурній спадщині. У той же час, особи, які беруть участь у демонстраціях, або громадських зборах, часто вибирають широкий спектр вишитих

виробів з метою проєкції солідарності. У таких випадках, дизайн зливається із протестом – із громадською ідентичністю, а вона у свою чергу – з експресією ширших політичних переконань.

З плином часу, інтерпретативна гнучкість народного вбрання зробила його багатим джерелом для подальших концептуальних експериментів. Шляхом підкреслення майстерності та композиції одягу, виробники можуть реформувати їх таким чином, який резонуватиме з глобальним становищем моди. Балансування творчої новизни з посиланнями на спадкові форми вимагає врахування чутливості до нематеріального значення кожного мотиву та забезпечення умови, що креативна композиція одягу відображатиме ширший континуум спільної естетики на відміну від простого виконання декоративної функції.

Згідно з науковими надбаннями щодо фізіологічного впливу одягу на сприйняття людиною, яскраві кольори, та комплексна орнаментация сприяють привертанню уваги, підвищують уявлення про статус власника, або спровокувати емоційну відповідь, пов'язану з культурною лояльністю. В українському контексті певні кольорові комбінації стали своєрідним кодом національної гордості, у той час, як конкретні конфігурації вишивки нагадують спостерігачам про конкретні регіони, або історичні періоди. Одяг, як наслідок, набуває функцію як особистого вираження, так і певною політичною ремаркою щодо прихильності до національної ідеї. Присутність такого вбрання у гардеробах чи-то сільських громад, чи-то серед мешканців міст, наголошує про багаторівневу значимість якості дизайнерських рішень.

Синергія традиції та сучасності не виникає в ізоляції. На рівні вищих навчальних закладів, які спеціалізуються на технології та дизайні, здійснюється заохочення студентів заглиблюватися в історичні прецеденти, що виражається у інтеграції антропологічних досліджень та архівних робіт у поєднанні з практичним викладанням сучасних технік шиття та декорації. В результаті, створюється нове покоління дизайнерів, які, на відміну від того, щоб нехтувати минулим, інтегрують його ознаки у наступні сучасні колекції, які відображають як обізнаність у глобальних трендах, так і шану національної атрибутики.

З іншого боку, значущим є спостереження того, яку роль такі форми вбрання відіграють у повсякденному житті, за межами офіційних церемоній. Велика кількість українців одягають вишивану сорочку для головних культурних, або сімейних свят, як наприклад релігійних свят та весіль, де цінується висока візуальна ідентифікація з ширшою общинною традицією. Інші впроваджують простіші вишивані блузки та аксесуари тощо до своїх будніх днів, комбінуючи їх з сучасними костюмами, або джинсовими виробами. Перетин народних мотивів та трендових атрибутів створює ширший спектр можливих стилістичних рішень, що підтверджує той факт, що одяг належить не тільки до області музейної експозиції чи сільської пам'яті. Натомість, він продовжує функціонувати у сучасній громадськості, в якому і надалі шукаються рішення балансування між культурною спадщиною та прогресивними вимогами глобального суспільства.

Креативні професіонали за межами української культурної сфери деколи запозичують, або адаптують ці мотиви, що може викликати питання щодо культурного обміну, апропріації та етичних міркувань у відношенні використання спадкових елементів в якості естетичної новизни. Такі міркування спонукають до проведення розмислень відносно того, чи залишається запозичений символізм шанобливою даниною, або вже є відокремленим від громадських традицій, з яких він походить. Тим не менш, як тільки традиційне вбрання стає масовим, його культурна значущість може зміститися від позначення спеціалізованого повідомлення етнічної гордості, до естетичного вибору, продиктованого мейнстримом. Втім, незалежно від того, чи його одягають знатні особи на дипломатичних подіях, чи звичайні сім'ї під час святкових зборів, або активісти на вулицях, цей одяг стає активним учасником формування того, як суспільство представляє себе.

Цей феномен також спостерігається серед тих, хто не має українського походження та такої самоідентифікації, але хто проживає у країні та мають певне захоплення українськими

традиціями. Для них, ношення такого вбрання може слугувати засобом вираження солідарності з місцевими громадами. Таким чином, спостерігач може оцінити візуальну гармонію одягу не обов'язково маючи глибший особистий зв'язок, який походить з традицій поколінь. Для інших, прийняття національної атрибутики може репрезентувати вибір свідомого асоціювання себе із суспільством, яке вимушене проходити крізь соціополітичні виклики (Rana, 2024).

Висновки. Результати дослідження засвідчують, що мода є не лише сферою індустріального виробництва чи засобом особистісного самовираження, а й повноцінним чинником соціокультурної динаміки. Вона виконує функції комунікативного медіатора, через який транслиуються ціннісні орієнтири, суспільні трансформації та історичний досвід у формі візуальних образів.

Український народний костюм, як органічна частина нематеріальної культурної спадщини, у сучасному соціальному контексті набуває нових семантичних конотацій. Він функціонує як маркер національної ідентичності, виразник громадянської позиції та інструмент соціальної єдності.

Актуалізація традиційного вбрання в умовах сучасності є визначальним фактором збереження його культурної релевантності. Сучасні модельєри, включаючи етномотиви в актуальні дизайнерські концепції, не лише сприяють збереженню традиційних форм, але й забезпечують їх інтерпретацію в межах сучасного соціокультурного запиту. Така практика свідчить про те, що національні елементи у моді не є архаїзмами, а навпаки – становлять підґрунтя для інноваційних і креативних рішень.

Отже, мода як інструмент медіа-комунікації виконує провідну роль у формуванні соціальних наративів, слугуючи не лише відображенням змін, а й потужним фактором впливу на культурну ідентифікацію. Український кейс демонструє, що синтез традиційної культурної спадщини з естетикою сучасності забезпечує збереження історичної безперервності та підтримує її актуальність у глобалізованому дискурсі.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Kodžoman D. The psychology of clothing. *Textile & leather review*. 2019. Vol. 2, no. 2. P. 90–103. URL: <https://doi.org/10.31881/tlr.2019.22> (date of access: 17.06.2025).
2. Квасниця Р. Заангажованість моди політикою та роль політики в моді. *Вісник Львівської національної академії мистецтв*. 2023. Вип. № 50. С. 88-95. DOI: 10.37131/2524-0943-2023-50-1-10
3. Олійник М. В. Олійник, Марина. Український одяг у системі міської культури Києва (друга половина XIX – початок XXI століття) : монографія; голов. ред. Г. Скрипник; НАН України, Ін-т мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М. Т. Рильського. – Київ: Вид-во ІМФЕ, 2017. 311 с.
4. Mateo A. Influence of Cultural Diversity and Identity on Fashion Expression and Communication in Mexico. *International Journal of Fashion and Design*. 2024. Vol. 3, no. 1. P. 1–11. URL: <https://doi.org/10.47604/ijfd.2387> (date of access: 17.06.2025).
5. Javakhishvili N. The Political Power of Fashion Brands: A Study on Societal Influence. *Medium*. URL: <https://nikojava.medium.com/the-political-power-of-fashion-brands-a-study-on-societal-influence-36d02373ce3> (date of access: 17.06.2025).
6. Okwir N. A. The sociology of fashion: identity, class, and consumerism. *Eurasian Experiment Journal of Humanities and Social Sciences (EEJHSS)*. 2025. Vol. 6(1). P.31-36. URL: https://kiu.ac.ug/assets/publications/3422_the-sociology-of-fashion-identity-class-and-consumerism.pdf (date of access: 17.06.2025).
7. Özdil M. A. Giyimin Bir İşaretleyici Olarak Etnik Kimlik Üzerindeki Etkisi. *Motif Akademi Halk Bilimi Dergisi*. 2021. Vol. 14, no. 33. P. 117–130. URL: <https://doi.org/10.12981/mahder.867867> (date of access: 17.06.2025).
8. Безугла Р. І. Український народний костюм як синтез традиції і сучасності (на прикладі вбрання перших леді України). *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2022. № 3. С. 95–100. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdakkkm_2022_3_18
9. Ponomar L. Traditional Folk Clothes in the Dimension of Modern Nation Consolidation Processes. *Folk art and ethnology*. 2024. No. 1. P. 34–41. URL: <https://doi.org/10.15407/nfe2024.01.034> (date of access: 17.06.2025).
10. Титаренко В. Український народний костюм як важливе історичне явище. *Українська професійна освіта*. 2024. № 16. С. 153–158. DOI: 10.33989/2519-8254.2024.16.314323.
11. Денисюк Ж. З. Вишиванка як об’єкт україноцентричного наративу та національнокультурної ідентичності в інформаційному просторі. *Мистецтвознавчі записки* : зб. наук. пр. 2022. Вип. 41. С. 21–28.
12. Ahedo M. Traditional regional dressing, identity, sociality and aesthetic enchantment in the Fallas festival in Valencia (Spain). *Critical Studies in Fashion & Beauty*. 2018. Vol. 9, no. 1. P. 35–66. URL: https://doi.org/10.1386/csfb.9.1.35_1 (date of access: 17.06.2025).
13. Rana N. Fashion diplomacy: the role of fashion in cultural exchange. *International Journal for Innovative Research in Multidisciplinary Field*. 2024. Vol. 10, Iss. 1. DOI: 10.2015/IJRMF/202401001.

REFERENCES:

1. Kodžoman, D. (2019). The psychology of clothing. *Textile & Leather Review*, 2(2), 90–103. <https://doi.org/10.31881/tlr.2019.22> (date of access: 17.06.2025).
2. Kvasnytsia, R. (2023). Fashion's engagement with Politics and the role of Politics in Fashion. *Bulletin of Lviv National Academy of Arts*, 50(50), 88–95. <https://doi.org/10.37131/2524-0943-2023-50-1-10> (date of access: 17.06.2025).
3. Oliinyk, M. V. (2017). *Ukrainskyi odiah u systemi miskoi kultury Kyieva (druha polovyna XIX – pochatok XXI stolittia): monohrafiia* [Ukrainian clothing in the system of urban culture of Kyiv (second half of the 19th – beginning of the 21st century): monograph]. H. Skrypnyk (Ed.). Kyiv: Vyd-vo IMFE. [in Ukrainian].
4. Mateo, A. (2024). Influence of Cultural Diversity and Identity on Fashion Expression and Communication in Mexico. *International Journal of Fashion and Design*, 3(1), 1–11. <https://doi.org/10.47604/ijfd.2387> (date of access: 17.06.2025).
5. Javakhishvili, N. The Political Power of Fashion Brands: A Study on Societal Influence. *Medium*. <https://nikojava.medium.com/the-political-power-of-fashion-brands-a-study-on-societal-influence-36d02373ce3> (date of access: 17.06.2025).
6. Okwir, N. A. (2025). The sociology of fashion: identity, class, and consumerism. *Eurasian Experiment Journal of Humanities and Social Sciences – EEJHSS*, 6(1), 31–36. https://kiu.ac.ug/assets/publications/3422_the-sociology-of-fashion-identity-class-and-consumerism.pdf (date of access: 17.06.2025).
7. Özdil, M. A. (2021). Giyimin Bir İşaretleyici Olarak Etnik Kimlik Üzerindeki Etkisi. *Motif Akademi Halk Bilimi Dergisi*, 14(33), 117–130. <https://doi.org/10.12981/mahder.867867> (date of access: 17.06.2025).
8. Bezugla, R. I. (2022). Ukrainskyi narodnyi kostium yak syntezy tradytsii i suchasnosti (na prykladi vbrannia pershykh ledi Ukrainy) [Ukrainian national costume as a synthesis of tradition and modernity (on the example of clothing of Ukraine's First Ladies)]. *Visnyk Natsionalnoi akademii kerivnykh kadriv kultury i mystetstv – Bulletin of*

the National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts, (3), 95–100. [in Ukrainian]. http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdakkkm_2022_3_18

9. Ponomar, L. (2024). Traditional Folk Clothes in the Dimension of Modern Nation Consolidation Processes. *Folk Art and Ethnology*, (1), 34–41. <https://doi.org/10.15407/nte2024.01.034> (date of access: 17.06.2025).

10. Tytarenko, V. (2024). Ukrainian folk costume as an important historical phenomenon. *Ukrainian Professional Education*, (16), 153–158. <https://doi.org/10.33989/2519-8254.2024.16.314323> (date of access: 17.06.2025).

11. Denysiyuk, Z. (2022). Vyshyvanka as an object of Ukrainian-centric narrative and national-cultural identity in the information space. *Notes on Art Criticism*, (41). <https://doi.org/10.32461/2226-2180.41.2022.262936> (date of access: 17.06.2025).

12. Ahedo, M. (2018). Traditional regional dressing, identity, sociality and aesthetic enchantment in the Fallas festival in Valencia (Spain). *Critical Studies in Fashion & Beauty*, 9(1), 35–66. https://doi.org/10.1386/csfb.9.1.35_1 (date of access: 17.06.2025).

13. Rana, N. (2024). Fashion diplomacy: the role of fashion in cultural exchange. *International Journal for Innovative Research in Multidisciplinary Field*, 10(1). <https://doi.org/10.2015/IJIRMF/202401001> (date of access: 17.06.2025).

Дата першого надходження рукопису до видання: 11.08.2025

Дата прийнятого до друку рукопису після рецензування: 08.09.2025

Дата публікації: 07.11.2025