

A separate section of the scholarly work is dedicated to exploring the genre uniqueness of Kira Muratova's films. The evolution of her genre experiments is analyzed in the context of the formation of national auteur cinema. It is noted that the genre diversity of Muratova's works is quite broad, ranging from melodrama in her early independent feature works to drama, tragic farce, absurdity, tragicomedy, and parable. The analysis of Muratova's films leads to the conclusion that her creativity is characterized by a complex expression of the connection with genre canons, genre lending forming the basis of her artistic nature. Continuous genre experiments throughout her cinematographic career have defined her unique authorial style and «director's signature». Using the example of the film «Melody for a Street Organ», the specificity of the anti-fairy tale genre in Muratova's creative and genre experiments is explored for the first time. Specific features of the genre and their cinematic embodiment are identified, including psychological depth, parody, and allusions, imperfection of characters, unconventional endings, moral ambiguity, desymbolization of cultural images, complex and ambiguous moral themes, grotesqueness, and deformity of characters.

Key words: genre, cinematic genres, auteur cinema, Kira Muratova, anti-fairy tale.

Надійшла до редакції 14.02.2023 р.

УДК 008 (477): 316.346.2-055.1/2

ПРАКТИКИ STREET-FASHION У СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ КУЛЬТУРІ

Копилова Надія Олександрівна – кандидат культурології,
старший викладач кафедри образотворчого мистецтва,
Одеська державна академія будівництва та архітектури, м. Одеса
<https://orcid.org/0000-0002-0407-8185>
DOI <https://doi.org/10.35619/ucpmk.v47i.725>
nadiya.kopylova02@gmail.com

Дана стаття досліджує культурологічні аспекти практик street-fashion у сучасній українській культурі. Встановлено, що практики street-fashion виступають інструментом презентації важливих для українського суспільства соціокультурних настанов, цінностей, ідеалів. Дослідження зосереджено на національному та гендерному аспектах повсякденної вуличної моди: ця проблематика є найбільш яскраво артикульованою у публічному просторі з огляду на соціально-політичну ситуацію. Аналіз гендерних репрезентацій street-fashion демонструє тенденції євроінтеграції, зокрема щодо руху українського суспільства до гендерної рівності. Національний аспект вуличної моди спирається на етнічні традиції української культури та є на сьогодні одним з найважливішим. Street-fashion виступає як один з інструментів конструювання ідентичності українців.

Ключові слова: street-fashion, мода, національна ідентичність, гендерні аспекти, українська культура.

Постановка проблеми. Мода як соціокультурний феномен здатна висвітлювати важливі світоглядні та суспільні зміни свого часу. Це не лише різні варіації одягу, взяття та аксесуарів, а сукупність соціальних норм, цінностей, ідеалів, що формуються відповідно до соціально-економічних, політичних і культурних настанов тієї чи іншої епохи. Дослідження репрезентацій моди й костюму дає можливість виявити, проаналізувати та навіть спрогнозувати певні соціокультурні процеси і трансформації, які відбуваються у суспільстві. Завдяки світовим тенденціям євроінтеграції українська культура стає помітною частиною подібних трансформацій у сьогоднішньому світі. З огляду на соціально-політичну ситуацію, що наразі склалася, для України є надзвичайно важливою проблема самоактуалізації власної культури, історії, мистецтва тощо, а також їхньої артикуляції на світовій соціокультурній арені. В цьому контексті мода є одним з інструментів, що дозволяє українській культурі публічно заявити про себе у культурному діалозі зі світовою спільнотою.

Невипадково об'єктом представленого дослідження обрано саме вуличну моду України або street-fashion. Вулична мода є порівняно молодим соціокультурним явищем. Попри те, що дослідники історії культури і моди вже не одне десятиліття вивчають особливості костюма різних епох, саме як самодостатня культурна практика зі своїми внутрішніми нормами й цінностями street-fashion сформувалася лише у ХХ столітті.

Ступінь розробленості проблеми. Феномен моди розглядається вітчизняними та зарубіжними дослідниками у різних галузях гуманітарної науки. Осмислення моди як соціального феномена представлено у роботах Г. Блумера, Г. Зімеля, Г. Спенсера, а також А. Воронкової, О. Гурової, Є. Павленко та інших. Семіотичні та символічні властивості моди й костюма розглядали Р. Барт, Ж. Бодрійяр, І. Кущик, А. Нечипоренко. Дослідженню культурологічних та мистецтвознавчих аспектів феномену моди присвячено роботи Л. Дихнич, О. Капітоненко, А. Кікоть, М. Костельної, М. Мельник, М. Сороки, О. Тканко, О. Шандаренко, О. Шевнюк, В. Шкурко, Д. Янковської. Зазвичай у наукових дослідженнях та матеріалах ЗМІ заведено розрізняти високу моду (haute couture) та масову моду

(*prêt-à-porter* – «готовий одяг»). Проте в останні роки дослідники все частіше звертаються до іншої форми соціокультурних практик моди – *street-fashion*, тобто вуличної моди. Аналіз соціокультурних аспектів вуличної моди представлено у роботах вітчизняних і зарубіжних дослідників, серед яких Г. Кузьменко, О. Лагода, Х. Лозинська, Л. Міах, М. Олійник, Т. Попова, О. Тканко, К. Уонсон, Н. Чупріна. Значний інтерес являє собою робота британської авторки С. Вудворд, в якій за допомогою документування вуличного стилю простежено, що являють собою різні міські стильові угруповання і як вони змінюються з плином часу [15]. Л. Міах підкреслює тісний зв'язок вуличної моди та різних субкультур [13].

Вітчизняні дослідниці О. Лагода [6], Х. Лозинська [7], Н. Чупріна [11] також зазначають, що феномен вуличної моди зазвичай асоціюється саме з молодіжною культурою. Проте на сьогодні вулична мода поступово стирає вулична мода поступово стирає вікові рамки, охоплюючи широкі маси населення. Цю тезу підтверджує англійський антрополог Т. Політус, який зазначає, що у ХХІ ст. вуличний стиль (*street-style*) стає індивідуальним і «втрачає зв'язок із молодіжними субкультурами, а відтак, з'являється вулична мода» [14].

Огляд сучасних досліджень, а також аналіз тематичних публікацій в інтернет-просторі показав, що проблематика *street-fashion* у сучасній Україні потребує досліджень у різних напрямках, зокрема в культурологічному. Попри достатню розробленість проблематики *street-fashion* як соціокультурного феномену взагалі, українська вулична мода останніх років потребує дослідження. З огляду на соціально-політичну ситуацію, що наразі склалася, для української держави є вкрай важливим «бути почутою» світовою спільнотою. Разом з іншими соціокультурними практиками вулична мода українських міст стає частиною міжкультурного діалогу.

Отже, метою даної статті є дослідження особливостей сучасної української вуличної моди або *street-fashion*. Це дасть змогу схарактеризувати певні соціокультурні тенденції в українському суспільстві.

Виклад матеріалу дослідження. *Street-fashion* або вулична мода – соціокультурний та естетичний простір, що висвітлює важливі для кожного суспільства тенденції. Це особливий різновид моди, що відрізняється від елітарного світу *haute couture* та подіумів. Основні функції моди й костюму як таких – функція соціалізації, інноваційна, комунікативна, естетична, функція самопрезентації. У ХХІ ст. з його цінностями індивідуальності, толерантності, внутрішньої свободи та самоповаги мода перетворилася на інструмент самоактуалізації, самовираження. Саме такі завдання стоять сьогодні перед *street-fashion*, що перетворюється на простір щоденного конструювання українцями власної ідентичності. «Вулична мода – це внутрішня особистість людини, яка виражається через одяг та аксесуари, і, як наслідок, вона більше концентрується на індивідуалізмі та демонструє їх різноманітну ідентичність» [13; 487].

В Україні вулична мода як культурна практика сформувалася у пізніх 2000-х роках. Значний вплив на розвиток українського *street-fashion* мали міжнародні тенденції та відомі особистості зі світової модної сцени. Великі українські міста, такі як Київ, Львів, Харків, Одеса, стали центрами модних трендів.

На сьогодні популяризації соціокультурних практик *street-fashion* активно сприяють соціальні мережі, що роблять ці практики видимими або, якщо звернутися до термінології семіотичних досліджень, означеними для людей з різних куточків світу. Розвиток соціальних мереж відіграв вирішальну роль у поширенні популярності української вуличної моди. Вітчизняні селебрітіз та фешн-блогери стали важливими соціальними агентами авторитетами стилю, отримали міжнародне визнання та право презентувати українську моду світовій аудиторії. Через соціальні мережі вони допомогли сформувати імідж української вуличної моди та надихнули любителів моди в усьому світі залучити українську естетику до свого індивідуального *street-style*.

Якщо у другій пол. ХХ ст. висока мода з подіумів поступово потрапляла до масового споживача, то у ХХІ ст. можна зафіксувати зворотний процес: *street-fashion* справляє потужний вплив на естетику й прагматику *haute couture*. Дизайнерські рішення від українських модних брендів *Ruslan Baginskiy*, *Ksenia Schneider*, *Poustovit*, *BEVZA* та інших поступово вносять свої корективи в естетичні настанови західноєвропейського суспільства. Водночас українська мода в межах своєї країни наразі переживає важливий етап свого становлення і національного підйому.

Здобуття українською державою незалежності поклато початок для суттєвих трансформацій у низці сфер української культури. Особливістю періоду 1990-х років стає «інтенсифікація всіх напрямів етнокультурного життя, зростання національної самосвідомості... У суспільному житті проявляється усвідомлення українського традиційного одягу як одного з важливих виразників національної ідентичності» [9; 195–196]. Починаючи з 90-х років ХХ ст. одним із головних завдань української моди було формування «власного обличчя» та реабілітація художньої цінності *fashion*-практик. Адаже за часів

радянської влади мода і практики створення костюма за деякими винятками трактувалися як «ремісництво, розваги буржуа та «занепадаючого» Заходу [10; 238]. Мода, як мистецтво, підлягала цензурі, а її головними цінностями, артикульованими владою культури, були практичність, скромність, функціональність, нормативність. Із набуттям Україною державної незалежності поступово трансформується й естетична свідомість суспільства. Мода постає, з одного боку, як простір для змін та експериментів, з іншого – як інструмент реабілітації національної ідентичності.

Після 24 лютого 2022 р. спостерігаємо нову хвилю піднесення національної самосвідомості, звернення до національної символіки й атрибутів на всіх рівнях культури. В цьому контексті мода – соціокультурний інструмент підкреслення національної ідентичності, здатний щоденно актуалізуватися у повсякденних практиках. Адже «мистецтво костюма має систему знаків у вигляді форм, ліній, кольорів» [2], здатних повідомляти певну інформацію про носіїв культурної традиції. До таких знаків належать національно-етнічні символи української культури, зокрема вишивка і вишиванки, поєднання блакитного й жовтого кольорів, художні образи з фольклору тощо. Так, наприклад, український модний бренд *Litkovska* представив верхній одяг, вироблений за технологією плетених килимів, а бренд *BEVZA* зробив «колоски пшениці» стильними аксесуарами. «Лінійка *Support by Poustovit*, відображає міфологію міста Київ» [1]. Дизайнерка Vita Kin на основі базової форми української вишиванки створила лінійку жіночого одягу: сукні, сорочки, спідниці. Вишиванка, як елемент автентичного українського одягу, перестала сприйматися як архаїчний елемент культурної традиції – тепер це частина сучасного *street-style*, який можна побачити на вулицях великих міст. Також низка масових брендів українського одягу пропонує повсякденні речі з національною символікою (зображення прапора, гербу, воєнної тематики), патріотичними написами або портретами відомих українських діячів історії, політики культури та мистецтва. Наприклад, кийвський бренд масового одягу *Who is it* випустив колекцію вуличного одягу «*INDEPENDENC 1991-2023...*», присвяченого боротьбі за незалежність. «Шрифт, ускладнений латинською буквою N, – омаж українським графікам 20-х років» [3].

Українська вулична мода також черпає натхнення у багатій природі рідного краю. Яскраві квіткові візерунки, що нагадують про мальовничі українські пейзажі, часто зустрічаються як в чоловічій, так і в жіночій моді. Земляні відтінки та натуральні матеріали, зокрема льон і вовна, додають сільського відтінку міському вуличному одягу, поєднуючи елементи природи та віддаючи данину сільськогосподарській спадщині України.

Заслуговує на увагу проєкт до дня Соборності України від команди *Platfor.ma*. Учасники проєкту створили колекцію одягу «Україна», присвячену історико-етнографічним регіонам України, таким як Буковина, Галичина, Закарпаття, Волинь, Бессарабія, Донбас тощо. Елементи одягу містили зображення типового ландшафту конкретного регіону, а також їхні назви [3]. Таким чином дизайнери символічно підкреслили цілісність, суверенність та неділимість України. Зі свого боку українська кінострічка «Довбуш», що вийшла у прокат влітку 2023 р. та мала значний успіх серед українських глядачів, сприяє популяризації регіональної моди Карпат. Бренди повсякденного одягу та аксесуарів (торбинок, прикрас) випускають продукцію, пов'язану з кінофільмом. Також львівський ювелірний бренд *MarkoSoli* створив колекцію ювелірних прикрас, в якій поєдналися давні етнічні традиції та сучасні форми (наприклад, художні варіації прикрас із колоском як етнічним символом).

Отже, протягом останніх півтора року відбувається значне зростання національного компонента у вуличній моді. Національно-етнічні елементи одягу та аксесуарів не сприймаються як архаїчні та з'являються на вулицях українських міст не тільки з нагоди національних свят чи пам'ятних дат. Вони стали частиною повсякденного життя та остаточним маркером ідентичності.

Іншим важливим аспектом вуличної моди є її гендерне наповнення. Мода завжди має соціальний та гендерний характер, відображає гендерні норми та стереотипи свого часу. «Костюми містять певні коди... транслюючи модний зразок, вони тим само конструюють гендерні ідентичності» [8; 132]. Внутрішні настанови індивіда, що стосуються гендерної самоідентифікації, знаходять своє вираження у зовнішній репрезентації, тобто конструюванні свого зовнішнього образу. Аналіз гендерних аспектів вуличної моди дає можливість вивчати трансформації соціальних стандартів маскулінності й фемінності, досліджувати гендерні ідентичності, що не вписуються до бінарної системи. У ХХІ ст. гендерні репрезентації зміщуються в бік особистісних, і мода покликана підкреслювати радше індивідуальність та унікальний стиль людини. Стандарти і стереотипи фемінності й маскулінності вже не є сталими та універсальними. У сучасному світі цінується вміння швидко «перемикатися» між традиційно «жіночими» і «чоловічими» якостями, залежно від ситуації, а гендерна ідентичність має флексибельний, «текучий» характер [12]. Водночас українська культура в рамках тенденцій євроінтеграції артикулює цінність гендерної рівності.

Усе вищезазначене позначається на практиках street-fashion. Поряд із традиційними репрезентаціями фемінності та маскулінності з'являється велика кількість гендерно-нейтрального одягу, взуття та аксесуарів від модних брендів, таких як *Chakshyn*, *Who is it*, *YourWay*, *Voizianov*, *Métrique*, *12monkeys*, *SIL'*, *Хоменко*, *Трофименко*, *Wet in crime*, *Fanahei*, *Sefer* та ін. Львівська студія вишивки *Норуа* запустила взимку 2023 р. колекцію одягу та аксесуарів унісекс. А команда українських дизайнерок Ксенії Шнайдер, Лілії Літковської та Світлани Бевза створили гендерно-різноманітну колекцію речей-трансформерів, які можуть носити у повсякденному житті представники різних гендерних ідентичностей [5]. Популярними серед представників street-fashion залишаються молодіжні елементи одягу (худі, спортивні костюми, картаті сорочки, джинси, речі oversize), спортивне взуття, аксесуари, парфуми унісекс).

Слід зазначити, що гендерно-нейтральною здебільшого залишається жіноча мода, яка може запозичити практично кожен елемент чоловічого гардероба. Тоді як сукні та спідниці залишаються гендерним табу для чоловіків, якщо йдеться про street-fashion, а не специфічні практики на кшталт моди подіумів або розважальної індустрії. До того ж соціально-політична ситуація, що склалася наразі в Україні, призупинила процес андрогінізації чоловічих гендерних стандартів, який набрав обертів ще з 2010-х років.

Не лише суспільне прагнення до гендерної рівності, але й важкі реалії сучасного життя обумовили використання жінками гендерно-нейтрального одягу. Жінка-захисниця – соціокультурний тип, що поступово стає нормою в українському суспільстві. Характеристикою її одягу є практичність і функціональність. Так само свою законну нішу в просторі українського street-fashion займають, навпаки, підкреслено фемінні репрезентації, що являють собою осередок традиційних цінностей. Часто такі образи виступають у синтезі з національною символікою і відсилають до образу України як прекрасної та незламної дівчини, яка переживатиме своє відродження після закінчення воєнних дій.

Ще один магістральний тренд сучасної вуличної моди – її екологічність, а, отже, використання есо-friendly стратегій у створенні й виборі одягу, взуття та аксесуарів. Орієнтацію на екологічність взяли світові модні бренди *Stella McCartney*, *H&M*, *Levi's*, *Gabriella Hearst*, *Maggie Marilyn*, *Patagonia*, *Reformation* та багато інших. Означений соціокультурний тренд дійшов і до України. Українські дизайнери почали використовувати «есо-friendly матеріали (органічна бавовна, льон тощо), «ресайклінг (використання вторинної сировини) та апсайклінг (повторне використання речей зі зміною їх функціоналу), принципи zero waste, сортування сміття» [4]. Серед есо-friendly брендів в Україні можна назвати *Roussin*, *Ksenia Schnaider*, *Slowme*, *Rehash*, *RCR Khomenko*, які створюють унікальні та екологічні речі. Одна з головних особливостей екостилю в моді – це етичність та відповідальність, зокрема у ставленні до навколишнього світу, принцип усвідомленого вибору. Це частина внутрішньої культури особистості, яку виховує у собі українське суспільство. Так, наприклад, назва українського бренду біжутерії *Re-beau* розшифровується як «responsible beauty», тобто «відповідальна краса». Прикраси, створені засновницею *Re-beau* Марією Сорокіною, мають незвичний дизайн та виготовлені з вторинної сировини. Instagram-сторінка бренду пропонує низку цікавих вуличних модних образів, доповнених такими аксесуарами.

Одним із визначальних чинників, що впливають наразі на особливості українського street-fashion, виступає ситуація загальної нестабільності, що склалася в Україні понад рік тому. Саме в такій ситуації формуються тенденції вуличної моди – як з боку брендів, так і споживачів. Практики моди знаходяться у постійній суспільній комунікації, їхні представники беруть активну участь у житті країни, зокрема у волонтерському русі. Також можна констатувати зміну пріоритетів учасників вуличної моди: якість тепер переважає над кількістю і виходить на перше місце, адже купувати нові речі щосезону вже не практично. Вітчизняні дизайнери повертаються до класики, пропонують свіже прочитання класичних тем. Нині головні переваги одягу, взуття, аксесуарів – функціональність, міцність та комфорт, можливість легко комбінувати різні варіанти. Після війни можна очікувати на вибух різноманітності та експресії.

Описані тенденції вуличної моди можна простежити на матеріалі сумісного проєкту фотографа І. Ходанича з командою відомого онлайн-видання *Vogue.ua* [14]. Серію фотографій присвячено повсякденним реаліям київської молоді. Невідомість, тривога, стрес, туманність майбутнього – реалії, в яких сьогодні живуть українці. Герої, що представили модні аутфіти від українських брендів, – мешканці та мешканки міста, що продовжують жити, сподіватись, будувати плани на майбутнє. Класичні речі, ненав'язливо розбавлені нестандартними аксесуарами, демонструють стильний мінімалізм і практичність. Жіночі моделі характеризуються витонченістю силуетів та форм, чоловічі – більш суворі та лаконічні. Чорно-біла зйомка та приглушені тони символічно підкреслюють, що частину буття українців тимчасово поставлено на паузу.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Практики українського street-fashion останніх років, з одного боку, виступають інструментом конструювання ідентичності українців, з іншого ж – одним зі шляхів популяризації української культури у світі. На сьогодні вулична мода українських міст впливає на світові тренди street-fashion, чим створює міжкультурний діалог. Збереження національних цінностей та комунікація з західноєвропейським світом – пріоритетні завдання українського суспільства у сучасних реаліях. Зі свого боку про інтеграцію західноєвропейських цінностей свідчить важливість гендерних аспектів вуличного стилю українських громадян та орієнтація на екологічність костюма. Відомі українські дизайнери у своїй роботі спираються на етнокультурну традицію, переосмислюють її та шукають нові прочитання у поєднанні з останніми тенденціями світового простору моди. Культурна спадщина України є багатогранною, регіональні варіації українського street-fashion мають свою специфіку. Культурологічний і мистецтвознавчий аналіз особливостей вуличної моди різних регіонів країни відкриває перспективу подальших досліджень розробленої у статті тематики.

Список використаної літератури

1. Асоскова К. Мода в нестабільні часи чи велике повернення класики. *Vogue.ua*. 2023. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/brend/moda-v-nestabilni-chasi-chi-velike-povernennya-klasiki-52753.html> (дата звернення: 12.10.2023).
2. Даценко В. Символічний вираз моди. *Матеріали V Між нар. наук.-практ. інтернет-конф. «Проблеми та перспективи розвитку науки на початку третього тисячоліття у країнах СНД»*. 2012. URL: <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/1324> (дата звернення: 9.10.2023).
3. Кадакова К. В Україні до Дня Соборності створили благодійну колекцію светрів та аксесуарів, присвячених регіонам країни. *Divoche-media: незалежний жіночий журн.* 2023. URL: <https://divoche.media/2023/01/19/v-ukraini-do-dnia-sobornosti-stvoryly-blahodiyunu-kolektsiiu-svetriv-ta-aksesariv-prysviachenikh-rehionam-krainy/> (дата звернення: 2.10.2023).
4. Коваленко Л. 5 eco-friendly українських брендів одягу. *Wanna. Онлайн-видання про саморозвиток*. 2020. URL: <https://wanna.com.ua/moda-i-stil/5-eco-friendly-ukrayinskykh-brendiv-odyagu/> (дата звернення: 25.09.2023).
5. Копилова Н. О. Гендерні інверсії у сучасних практиках моди (український досвід). *Українська культура: минуле, сучасне шляхи розвитку: наук. зб. Культурологія*. Рівне : РДГУ, 2021. Вип. 39. С. 153-158.
6. Лагода О. Мода і мистецтво: взаємодія в контексті репрезентацій. *Вісник Харк. держ. акад. дизайну і мистецтв*. 2014. № 1. С. 20-26.
7. Лозинська Х. Молодіжний костюм у європейській моді 1990-х років. *Вісник Львів. нац. акад. мистецтв*. 2010. Вип. 21. С. 94-99.
8. Марценюк Т.О. Гендерні аспекти моди: конструювання ідентичності за допомогою одягу. *Наук. зап. Нац. ун-ту «Острозька академія»*. Серія: Гендерні дослідження. 2015. Вип. 1. С. 124-141.
9. Олійник М. Український одяг у системі міської культури Києва (друга половина XIX – початок XXI століття): монографія / [голов. ред. Г. Скрипник]; НАН України, ІМФЕ. Київ, 2017. 312 с.
10. Тканко О. «Естетична» культура та мода в Україні кінця XX ст. *Вісник Львів. нац. акад. мистецтв*. 2017. Вип. 32. С. 237-246.
11. Чупріна Н. Роль кітчу у формуванні сучасної вуличної моди. *Вісник Львів. нац. акад. мистецтв*. 2015. Вип. 30. С. 226-236.
12. Bauman Z. (2003) *Liquid Love: On the Frailty of Human Bonds* Wiley, Cambridge: Polity Press. 176 p.
13. Miah L. (2022). The Current and Future Prospect of Streetwear. *International Journal of Advances in Engineering and Management (IJAEM)*. V. 4, Is. 11. P. 487-494.
14. Street fashion in photography. URL: <https://womanmaquillage.com/4443-street-fashion-in-photography-and-history/> (дата звернення: 9.09.2023).
15. Woodward S. (2009). The Myth of Street Style. *Fashion Theory*. 13 (1). P. 83-102.

References

1. Asoskova K. Moda v nestabilni chasy chy velyke povernennia klasyky. *Vogue.ua*. 2023. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/brend/moda-v-nestabilni-chasy-chi-velike-povernennya-klasiki-52753.html> (data zvernennia: 12.10.2023).
2. Datsenko V. Symvolichnyi vyraz mody. *Materialy V Mizhnarodnoi naukovopraktychnoi internet-konferentsii «Problemy ta perspektyvy rozvytku nauky na pochatku tretoho tysiacholittia u krainakh SND»*. 2012. URL: <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/1324> (data zvernennia: 9.10.2023).
3. Kadakova K. V Ukraini do Dnia Sobornosti stvoryly blahodiynu kolektsiiu svetriv ta aksesariv, prysviachenikh rehionam krainy. *Divoche-media: nezaleznyi zhinochy zhurnal*. 2023. URL: <https://divoche.media/2023/01/19/v-ukraini-do-dnia-sobornosti-stvoryly-blahodiyunu-kolektsiiu-svetriv-ta-aksesariv-prysviachenikh-rehionam-krainy/> (data zvernennia: 2.10.2023).
4. Kovalenko L. 5 eco-friendly ukrainskykh brendiv odiahu. *Wanna. Onlain-vydannia pro samorozvytok*. 2020. URL: <https://wanna.com.ua/moda-i-stil/5-eco-friendly-ukrayinskykh-brendiv-odyagu/> (data zvernennia: 25.09.2023).
5. Kopylova N. O. Genderni inversii u suchasnykh praktykakh mody (ukrainskyi dosvid). *Ukrainska kultura: mynule, suchasne shliakhy rozvytku. Kulturolohiia*. Rivne, 2021. Vyp. 39. S. 153-158.

6. Lahoda O. Moda i mystetstvo: vzaiemodiia v konteksti reprezentatsii. *Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii dyzainu i mystetstv.* 2014. № 1. S. 20-26.
7. Lozynska Kh. Molodizhnyi kostium u yevropeiskii modi 1990-kh rokiv. *Visnyk Lvivskoi natsionalnoi akademii mystetstv.* 2010. Vyp. 21. S. 94-99.
8. Martseniuk T.O. Henderni aspekty mody: konstruiuvannya identychnosti za dopomohoiu odiahu. *Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu «Ostrozka akademiia».* Seriia: Henderni doslidzhennia. 2015. Vyp. 1. S. 124-141.
9. Oliinyk M. Ukrainyski odiah u systemi miskoi kultury Kyieva (druha polovyna KhIKh – pochatok KhKhI stolittia): monohrafiia / [holov. red. H. Skrypnyk]; NAN Ukrainy, IMFE. Kyiv, 2017. 312 s.
10. Tkanko O. «Estetychna» kultura ta moda v Ukraini kintsia XX st. *Visnyk Lvivskoi natsionalnoi akademii mystetstv.* 2017. Vyp. 32. S. 237-246.
11. Chuprina N. Rol kitchu u formuvanni suchasnoi vulychnoi mody. *Visnyk Lvivskoi natsionalnoi akademii mystetstv.* 2015. Vyp. 30. S. 226-236.
12. Bauman Z. (2003). *Liquid Love: On the Frailty of Human Bonds* Wiley, Cambridge: Polity Press. 176 p.
13. Miah L. (2022). The Current and Future Prospect of Streetwear. *International Journal of Advances in Engineering and Management (IJAEM).* V. 4, Is. 11. P. 487-494.
14. Street fashion in photography. URL: <https://womanmaquillage.com/4443-street-fashion-in-photography-and-history> (дата звернення: 9.09.2023).
15. Woodward S. The Myth of Street Style. *Fashion Theory*, 2009. 13 (1). P. 83-102.

STREET-FASHION PRACTICES IN CONTEMPORARY UKRAINIAN CULTURE

Kopylova Nadiia – Candidate of Cultural Studies,
Senior lecturer of the Department of Fine Arts,
Odessa State Academy of Civil Engineering and Architecture

This article examines culturological aspects of street-fashion practices in contemporary Ukrainian culture. It has been established that street-fashion practices act as an important instrument for the presentation of socio-cultural standard, values, and ideals that are important for Ukrainian society. The research focuses on the national and gender aspects of daily street fashion: this issue is most vividly articulated in the public space, in view of the socio-political situation. The analysis of gender representations of street-fashion demonstrates the trends of European integration, in particular regarding the movement of Ukrainian society towards gender equality. The national aspect of street fashion is based on the ethnic traditions of Ukrainian culture and is currently one of the most significant. Street fashion acts as one of the ways for constructing the identity of Ukrainians.

Key words: street-fashion, fashion, national identity, gender aspects, Ukrainian culture.

UDC 008 (477): 316.346.2-055.1/2

STREET-FASHION PRACTICES IN CONTEMPORARY UKRAINIAN CULTURE

Kopylova Nadiia – Candidate of Cultural Studies,
Senior lecturer of the Department of Fine Arts,
Odessa State Academy of Civil Engineering and Architecture

The aim of the article is to identify and analyze the socio-cultural features of today`s Ukrainian street-fashion. This research will make it possible to predict some social trends and cultural priorities in Ukrainian society.

Methodology of the research. The methodological basis of the research has a complex interdisciplinary nature, which allows to examine the most important characteristics of street-fashion in today`s Ukrainian society. The culturological approach is combined with the semiotic method, gender analysis, content analysis. The semiotic method allowed us to analyze the national specificity of the semantics of contemporary Ukrainian street fashion. Strengthening the cultural approach with gender analysis helped to identify the main trends in the gender aspects of Ukrainian street style. Content analysis was used to study the reception of Ukrainian street fashion in the media and social networks.

Results. The research has led to the conclusion that the practices of contemporary Ukrainian street-fashion are a space for constructing the identity of Ukrainians. Ukrainian street-fashion also works as an instrument for intercultural dialogue with Western countries. In recent years, Ukrainian street fashion has been characterized by its individuality, gender diversity, and growing national consciousness.

The novelty. The study allowed the author to identify and systematize the most important aspects of Ukrainian street fashion in recent years, especially in view of the current socio-political situation. The fashion representations of Ukrainians in the context of intercultural dialogue were analyzed. Further vectors of research of Ukrainian street fashion, in particular its regional peculiarities, were outlined.

The practical significance. Practical value. The results of the research can be used to formulate and conduct lectures on the history of fashion. In addition, they are relevant for workers in the socio-cultural and media spheres (organizers of seminars on the history of fashion and gender issues of fashion, reviewers of actual fashion trends, authors of publicist articles about fashion, etc.).

Key words: street-fashion, fashion, street-style, national identity, gender aspects, Ukrainian culture.

Надійшла до редакції 1.11.2023 p.