

архітектурної практики, що відповідає викликам сталого розвитку та комфорту.

Література:

1. 20 найкращих інтер'єрів ресторанів та барів у світі. *UaModna*. 2015. URL: <https://uamodna.com/articles/20-naukraschyh-inter-eriv-restoraniv-ta-bariv-u-sviti/> (дата звернення: 13.05.2026).
2. One Main: dECOi Architects & MIT. *Architizer*. 2016. URL: <https://architizer.com/projects/one-main/> (дата звернення: 13.05.2026).
3. Woodbury R. *Elements of Parametric Design*. London ; New York : Routledge, 2010. 312 p.
4. Zaha Hadid Architects. *Projects: Heydar Aliyev Center*. URL: <https://www.zaha-hadid.com/architecture/heydar-aliyev-centre/> (дата звернення: 13.05.2026).

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-630-3-49>

СУЧАСНА УКРАЇНСЬКА МОДА: ВІД СТАНОВЛЕННЯ ІНДУСТРІЇ ДО СВІТОВИХ ТРЕНДІВ

Кривицька А. О.

*студентка І курсу факультет культури й мистецтв
Волинський національний університет імені Лесі Українки*

Пригода-Донець Т. М.

*кандидат філософських наук,
доцент кафедри культурології
Волинський національний університет імені Лесі Українки
м. Луцьк, Україна*

Сучасна українська модна індустрія пройшла складний шлях від локального, часто маргіналізованого культурного явища до помітного учасника глобального fashion-простору. Ця трансформація є, насамперед, важливою культурною еволюцією, пов'язаною з переосмисленням ідентичності, тілесності, традиції та репрезентації України у світі. Крім того, сьогодні «мода як соціокультурний і естетичний феномен виступає рушієм інноваційних процесів. У культурі ХХ ст. мода трансформується, змінюється, обумовлюючи при цьому несподівані пертурбації в духовній і матеріальній культурі, вона стає самодостатнім естетичним феноменом – висока мода, перформанс, концептуальний одяг, модні шоу» [3, с. 237].

Сьогодні про українських дизайнерів говорять в усьому світі, їхні колекції з'являються на подіумах Парижа, Лондона, Нью-Йорка, а зірки світового масштабу обирають вбрання з лейблом *made in Ukraine* для своїх щоденних виходів, червоних доріжок чи творчих проєктів. Утім так було не завжди. На початку 1990-х років українська мода перебувала у стані пошуку власної мови після розпаду радянської культурної системи. Перші локальні бренди здебільшого орієнтувалися або на копіювання західних тенденцій, або на етнографічну стилізацію традиційного одягу. Однак уже у 2000-х роках починає формуватися нове покоління дизайнерів, для яких українська культура стає не декоративним елементом, а джерелом концептуального переосмислення. Після 2014 року й особливо під час повномасштабної війни, як не парадоксально, українська мода дедалі активніше інтегрує локальні культурні коди у глобальний контекст. Вишивка, традиційний крій, символіка, ремісничі техніки перестають бути лише маркерами «національного стилю» і трансформуються у сучасну дизайнерську мову. У цьому сенсі українська мода рухається в руслі глобальної тенденції переосмислення локальних ідентичностей у добу постглобалізму та метамодерної культури

Ukrainian Fashion Week ще з 90-х років ХХ століття став простором, де молоді дизайнери змогли не лише продемонструвати власні погляди на сучасні тенденції, а й піднести на новий рівень українські культурні мотиви, таким чином заявивши, що етноодяг – це модно. Однією з перших, хто почав цю справу, стала Лілія Пустовіт, яка у 1999 році представила вітчизняній публіці колекцію, натхнену традиційними елементами вбрання та аксесуарів. А вже у 2001 році на подіумах з'явилися моделі в пальтах, розшитих візерунками з хустин та жупанів Центральної України. Після неї до етнічних костюмів почали звертатися також львівські дизайнерки Оксана Караванська та Роксолана Богуцька. Сьогодні бренд *Foberini* втілює давні українські традиції у вишивці в оновленій та модній інтерпретації, стають популярні у всьому світі. Вишиванки Віти Кін – традиційні і новаторські водночас – поповнили гардероби Анни Делло Руссо, Діти фон Тіз, Джордан Дан та багатьох інших знаменитостей. Відтоді вбрання з елементами етніки перестали сприйматися як «екзотика для туристів» й отримали статус фаворитів модної еліти [1].

Важливим чинником сучасної української моди стали також молодіжні субкультурні течії, що прийшли із Заходу через літературу, музику, спорт. Вони орієнтувалися на західні цінності, що толерували свободу, відкритість, індивідуалізм, творчість, духовні пошуки. Спочатку про себе заявили «хіпі», кумирами яких були Дж. Джоплінг, Дж. Хендрікс, *The Beatles*, К. Кобейн (*Nirvana*), *Deep Purple*, *Rolling Stones*. Вони сповідували джинси, довге волосся, намиста-фенічки, вишиванки та інший автентичний одяг і прикраси, ігноруючи чи заперечуючи споживацькі культи речей, комфорту, достатку, диктат

і маніпуляції модних трендів. Згодом панківські рухи, що асоціювалися з іменами М. Макларена, Дж. Ротгера, В. Вествуд і групою «Sex Pistols», привнесли «розірвані футболки, одяг з вінілу, пронизаний шпильками, домінанту чорного кольору», «зафарбоване у яскравий колір волосся і зачіски під індіанський «ірокез». Хоча панківський рух в Україні не став масовим явищем, проте окремих його представників можна було спостерігати на вулицях великих міст. А для дизайнерів І. Каравай, В. Гресь, Л. Пустовіт і О. Гапчука він став джерелом натхнення» [3, с. 240].

Важливо відзначити, що українські бренди прагнуть також до розширення свого впливу у суспільстві через втілення соціальних та етичних цінностей у свою діяльність. Вони підтримують благодійні проекти, сприяють розвитку мистецтва та культури, а також використовують модні покази для просування важливих громадських ініціатив. Таким чином, інновації українських брендів одягу мають величезний потенціал не лише у сфері моди, а й у формуванні сучасних суспільних цінностей [2].

Якби запитали: «З яким словом асоціюється слово мода?», можна було б упевнено відповісти: «Незламність». Адже попри важкі та темні часи, мода розвивається, витворюючи особливий стиль, що став символом незламності українців. Одяг стає формою культурної репрезентації, способом говорити про травму, стійкість, пам'ять і свободу. Бренди дедалі частіше поєднують естетичний жест із громадянською позицією, а сама мода перетворюється на важливий елемент культурної дипломатії. Сучасна українська мода демонструє дивовижний баланс між локальним і глобальним, традицією і сучасністю, естетикою і етикою. Вона вже не прагне лише «наздогнати Захід», а формує власний стиль культурного висловлювання, у якому поєднуються стриманість, концептуальність, тілесна чутливість і глибокий зв'язок із культурною пам'яттю.

Зараз українська мода стала впізнаваною у світі, а вітчизняні бренди одягу здобувають все більше популярності на глобальному рівні, пропонуючи унікальний стиль, підтримуючи традиції, впроваджуючи інноваційні ідеї та технології. Еволюція української моди є показовим прикладом того, як локальна культура в умовах глобалізації може не розчинитися у світовому маскульті, а навпаки, перетворитися на самобутній і впізнаваний культурний голос сучасності.

Література:

1. Коротка історія української моди: як розвивалися fashion – індустрія за часів незалежності. ELLE Ukraine. URL: <https://elle.ua/moda/fashion-blog/kortka-istoriya-ukrainskoi-modi-yak-rozvivalsya-fashion-industriya-za-chasiv-nezalezhnosti/> (дата звернення: 13.05.2026).

2. Кращі українські бренди одягу: від вуличної моди до високої. Ranking. URL: <https://ranking.com.ua/krashhi-ukrayinski-brendi-odyagu-vid-vulichnoyi-modi-do-visokoyi/> (дата звернення: 13.05.2026).

3. Тканко О. «Естетична» культура та мода в Україні кінця ХХ ст. Вісник Львівської національної академії мистецтв. 2017. Вип. 32. С. 237–246.

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-630-3-50>

СИНТЕЗ ОБРЯДОВОЇ ТРАДИЦІЇ ТА ІННОВАЦІЙНИХ ДИЗАЙН-ПРАКТИК У ПРЕДМЕТНОМУ НАПОВНЕННІ СУЧАСНОГО ХРАМУ

Куріленко П. О.

*студент I курсу магістратури архітектурного факультету
Київський національний університет будівництва і архітектури
м. Київ, Україна*

Сучасний етап розвитку сакральної архітектури та дизайну в Україні характеризується глибокими трансформаційними процесами, які виходять далеко за межі суто естетичного чи інженерного пошуку. В умовах формування новітньої соціокультурної парадигми, подолання наслідків постколоніального культурного розриву та активного процесу духовного відродження нації, храм постає не лише як місце для літургійних зібрань, але і як потужний візуальний, просторовий та екзистенційний маркер національної ідентичності. Сучасне українське суспільство потребує просторів, які б транслювали цінності стійкості, правдивості та органічної вкоріненості у власну історію, уникаючи при цьому поверхневої архаїзації. Як слушно зазначає Р. Косаревська, сакральна архітектура є безпосереднім відображенням духовного коду народу, що в нинішніх реаліях вимагає свідомого процесу ресакралізації середовища через інтеграцію актуальних дизайнерських смислів, звільнених від нав'язаних імперських шаблонів минулих століть [2, с. 60].

Проте аналіз сучасних тенденцій у проектуванні храмових інтер'єрів виявляє певну методологічну дихотомію, яка часто гальмує розвиток національної школи дизайну. З одного боку, спостерігається інерційне тяжіння до консервативного традиціоналізму, який зводиться до механічного копіювання історичних зразків. Це часто призводить до появи «дизайнерських анахронізмів», де використання дешевих сучасних матеріалів для відтворення складних барокових форм створює ефект фальші, що суперечить самій природі храму як місця Істини. З іншого боку, існує гостра потреба у впровадженні інноваційних