

УДК 37.022

Бондарець Т.С.

група 1151, ННІКНУП, Національний університет кораблебудування імені
адмірала Макарова (Миколаїв), bondarets.tany@gmail.com

Гончарова О.О.

канд. філос. наук, викладач кафедри філософії та культурології,
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова
(Миколаїв), hamisek@ukr.net

Мода, як спосіб казати без слів

Актуальність. Одяг став однією з основних потреб людини. С розвитком людського суспільства мода все сильніше переплітається з політичними та соціальними рухами. Наш одяг не гірше за слова розповість не лише про особистий стиль та вподобання, а ще й про те, що відбувається в світі.

Метою роботи. Показати вплив політики та соціальних рухів на сучасну моду.

Основний текст: Сто сім тисяч років тому почали носити одяг. Перший модний дім відкрив свої двері в кінці дев'ятнадцятого сторіччя. І зараз в 21 сторіччі наш одяг веде діалог з суспільством і відображає не лише наш власний стиль, а ще й думки.

Леді і костюм

Діловий жіночий дрес – код – це більше не череда брючних костюмів різних розмірів, а демонстрація відмови від встановлених норм. Та символ протесту. Тридцять першого січня на звертанні президента США до Конгресу перша леді з'явилась в білому костюмі і на монохромному фоні стала своєрідним знаком протеста. Мелані в ролі першої леді іде всупереч традиційним fashion – дипломатії. Вона зтирає грані між образами першої леді в традиційній сукні і першого обличчя обмеженим лише брючним костюмом. Стиль Мелані не єдиний приклад. Все більше глав держав, відмовляються від ділової уніформи. Наприклад, колишній президент Аргентини Кристина Фернандес де Кіршнер надає перевагу сукні у квітковий принт ніж костюму. Жінки у владі воліють відповідати власним уявленням про жіночність. Від жінки більше не чекають, що вона буде одягатися, як чоловік тільки в більш яскравий костюм та з брошкою. Коли перша леді Америки відмовляється від строгої

сукні, а пре – міністр Великобританії може з'явитися в комбінезоні настає час замислитися.

Велика країна

Передвиборний девіз Дональда Трампа зробити США знов великою країною fashion – дизайнери сприйняли, як заклик до дій. Тому у показах Louis Vuitton, Celine, Versace, можна спостерігати одяг балансуючий між ковбойським стилем та принтами американських коміксів.

Фемінізм у моді

Модна індустрія, яка пару років тому відійшла від звичного ескапізму і стала дуже сприйнятливою до суспільним настроям, не залишилася осторонь від жіночого питання - на початку минулого року в продаж надійшла перша колекція Марії Грації Кьюрі для Dior і футболки We Should All Be Feminists. Хочу зазначити, що з 2008 року домом з феміністичним настроєм був модний дом Celine з Фібі Файло на чолі. В інтерв'ю Файло каже, що вважає, що жінка має право носити все що завгодно, якщо їй в цьому комфортно, але висловлює серйозні побоювання щодо проблеми сексуалізації: «За Céline варто політичну заяву: ми хочемо навчити молодих дівчат відчувати себе добре. Кругом занадто багато фотографій сексуально об'єктивувати жінок, занадто багато прикладів того, як жінка одягається для кого-то крім себе, тим самим вирощуючи свою невпевненість ».Отже, головним настроєм у феміністичному посилі в моді до 2017 було створити комфорт для жінки, та підкреслити її індивідуальність. У 2017 – 2018 роках, фемінізм у моді прийняв зовсім інше відображення. Марія Грація Кьюрі, судячи з сезонним колекціям і додаткових активностей - наприклад, благодійному флешмобу #DiorLoveChain, - вирішила перетворити жіноче питання в потужний маркетинговий інструмент і відмінну рису бренду. Спочатку футболки з цитатою з виступу TEDx Чімаманда Нґозі Адічі We Should All Be Feminists, потім - з заголовком знаменитого есе Лінди Нохлін Why Have There Been No Great Women Artists? Слідом за Dior феміністські гасла надрукували на речах з нових колекцій Prabal Gurung і Zadig et Voltaire. В результаті: дизайнери, як один, попорпалися в архівах, дістали теоретичні роботи знаменитих феміністок і розтиражували футболки з помітними цитатами звідти і гаслами минулого. Незалежне британське видання I-D навіть недавно випустило міні-гід по тому, який сенс від початку було закладено у фрази Femme Whatever, Girls to the Front і Not Your Honey - бо контексту майже ніхто не знає.

Модні дома задають тенденції, а слідом за ними їх підхоплюють масмаркети, зразок Asos, Stradivarius, Easy, Bershka, H&M та багато інших.

Висновок: Хочу завершити доклад словами Анни Вінтур головного редактора американського Vogue: Прибравши всі заголовки з обложки журналу, одяг розповість вам про те, що відбувається в світі не гірше заголовка The New York Times.

Список використаних джерел

1. «Побудова бренду в сфері моди. Від Armani до Zara », Марк Тангейт
2. Як мода і політика впливають один на одного:
<https://vogue.ua/article/fashion/tendencii/kak-moda-i-politika-vliyayut-drug-na-druga.html>
3. Фемінізм в моді:
https://www.vogue.ru/fashion/news/mariya_gratsiya_kyuri_dior_dolzhen_pridavat_zhenshc_hine_sily/
4. <https://www.lofficielrussia.ru/moda/phoebe-we-will-miss-you>