

ФЕШН-ІНДУСТРІЯ ХХІ СТОЛІТТЯ ЯК ПЛАТФОРМА ГЛОБАЛЬНОГО МІЖКУЛЬТУРНОГО ДІАЛОГУ

Дьогтєв А. В.

ВСТУП

У ХХІ столітті фешн-індустрія вийшла за межі своєї традиційної функції – створення одягу – і перетворилася на потужну комунікативну платформу, здатну транслиувати соціальні, культурні та політичні меседжі. Сучасна мода вже давно не є винятково естетичним явищем; вона виконує роль медіатора між культурами, сприяє формуванню колективної ідентичності та злагодженню глобальних ціннісних орієнтирів.

Дизайнери, бренди та споживачі з різних країн, створюють простір для міжкультурного діалогу – відкритого, взаємоповажного обміну поглядами між людьми різного культурного походження. В сучасних умовах культурного розмаїття та інтеграції це набуває особливого значення.

Міжкультурний діалог відбувається не лише через обмін візуальними кодами, а й через етичні практики виробництва, інклюзивність, деколонізацію моди та екологічну відповідальність.

Мода як соціокультурний феномен відображає суспільні зміни та містить у собі систему норм, цінностей і ідеалів епохи. Завдяки світовим інтеграційним процесам українська культура, зокрема, отримує можливість заявити про себе у глобальному культурному діалозі через моду. Таким чином, дослідження модної індустрії як платформи міжкультурної комунікації є актуальним і має наукову та практичну цінність.

Зростаюча відкритість до крос-культурних впливів у модній індустрії сприяє розвитку толерантності, переосмисленню культурної спадщини, боротьбі зі стереотипами. Саме тому фешн-індустрія ХХІ століття розглядається як важливий інструмент міжкультурної комунікації, що має значний потенціал для впливу на суспільну свідомість у глобальному вимірі.

У цьому контексті особливого значення набуває дослідження механізмів та форм реалізації міжкультурного діалогу у фешн-просторі, зокрема через креативні практики дизайнерів, міжнародні колаборації, використання етнічних мотивів та репрезентацію національних ідентичностей у світовій моді.

1. Фешн-індустрія як соціокультурне явище

Фешн-індустрія сьогодні – це більше, ніж виробництво одягу та аксесуарів. Це складна система з чіткою інфраструктурою, що включає дизайн, розробку трендів, маркетинг, покази мод, індустріальні стандарти та вплив на масову свідомість. Як зазначають дослідники, мода є не лише формою самовираження, а й частиною культурного обміну між спільнотами [1¹, 2²].

На думку французького соціолога Мішеля Мафессолі, мода виступає одним із ключових механізмів формування соціального порядку в умовах постмодерного суспільства, що характеризується плюралізмом, фрагментарністю та відсутністю єдиного домінантного наративу. У своїх працях Мафессолі підкреслює, що у світі, де традиційні інституції втрачають монопольне право на істину, мода починає виконувати роль символічного клею, який утримує соціальні структури в певній рівновазі.

У контексті постмодерного плюралізму, коли індивідуальні й групові ідентичності стають нестабільними, змінними й контекстуальними, мода пропонує гнучкий інструмент самовираження. Вона не вимагає остаточного вибору ідентичності – навпаки, дозволяє людині вільно маневрувати між стилями, смислами, культурами. Таким чином, мода перетворюється на мозаїку естетичних кодів, де замість ієрархії переважає рівноправне співіснування різних форм візуального висловлювання.

Особливу цінність має теза про те, що через моду індивід може одночасно належати до кількох культурних спільнот. Наприклад, молодь у Києві може поєднувати елементи українського етностилю (вишивка, символіка, кольори) з азійським стріт-стайлом чи західним мінімалізмом. Така візуальна поліфонія відображає не лише смакові уподобання, а й глибші соціокультурні процеси – глобалізацію, гібридизацію культури, демократизацію моди.

Поєднання локального й глобального, автентичного й масового в моді створює умови для виникнення нових форм ідентичності – так званих «глокальних» (від *global* + *local*). Ці ідентичності гнучкі, багатошарові, динамічні, і мода стає їхнім зовнішнім вираженням. Вона не лише відображає зміни, а й виступає агентом цих змін, формуючи культурний ландшафт сучасності.

¹ Копилова Н. Практики *street-fashion* у сучасній українській культурі. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. Вип. 47. С. 55–77. URL: <https://zbirnyky.rshu.edu.ua/index.php/ucpmk/article/download/725/745> (дата звернення 01.04.2025).

² Crane D. *Fashion and Its Social Agendas: Class, Gender, and Identity in Clothing*. Chicago: University of Chicago Press, 2000. 312 p.

Таким чином, у поглядах Мафессолі мода постає не як поверхнєве явище чи індустрія естетизації, а як глибокий соціальний феномен, який уможливує діалог між культурами, стилями, поколіннями. Саме тому вона є надзвичайно важливим об'єктом для дослідження у контексті міжкультурної комунікації та глобального діалогу в ХХІ столітті.

У сучасній фешн-індустрії все більшої уваги набувають поняття, що відображають її глобалізований, міжкультурний і соціально-відповідальний характер. Дослідження моди виходять за рамки виключно естетичних категорій і дедалі частіше стосуються теми транснаціональності, символічної репрезентації культур та етичної відповідальності. Три ключові поняття, що в цьому контексті особливо важливі, – транснаціональна мода, візуальна дипломатія та етичний стиль.

Транснаціональна мода – це явище, яке виникає на перетині різних культурних традицій, символічних систем і естетичних кодів. На відміну від суто національної або етнічної моди, транснаціональна мода формує нові гібридні стилі, які одночасно вбирають у себе елементи з різних культурних контекстів. Прикладом може слугувати колекція японського дизайнера Йоджі Ямамото, яка поєднує східну традицію складок і простоти силуету з західною конструктивністю. Або кейси українських дизайнерів, які інтегрують елементи автентичного народного одягу у сучасні урбаністичні форми, орієнтовані на світову аудиторію.

Транснаціональна мода – це не лише естетичний продукт, але й прояв глобального діалогу, де одяг стає засобом культурного обміну, взаємоповаги та відкритості до іншого.

Поняття **візуальної дипломатії** пов'язане з тим, як мода використовується для репрезентації культурної ідентичності на міжнародному рівні. Це поняття особливо актуальне для країн, що прагнуть утвердити власний культурний голос у глобальному просторі через символічні образи. Мода в цьому випадку виконує функцію м'якої сили (*soft power*) – вона може слугувати інструментом формування позитивного образу країни, поширення її цінностей та історичної спадщини. Прикладом є показ українських дизайнерів під час Тижнів моди в Парижі, Лондоні чи Берліні, де одяг не лише естетично привабливий, але й несе культурне повідомлення, включаючи елементи вишивки, кольори національного прапора або символіку традицій.

Таким чином, візуальна дипломатія в моді – це мова без слів, яка транслює приналежність, гідність і повагу до власної культури в інтернаціональному контексті.

Фешн-дипломатія – це явище, при якому мода стає каналом комунікації між державами, культурами, народами [3³]. Дизайнери та модні бренди формують культурний імідж держави, що має стратегічне значення в умовах «м'якої сили» (soft power). Перші леді США, Франції, України використовують національні бренди як політичне послання (Olena Zelenska у The Coat by Katya Silchenko – символ національної підтримки) [4⁴].

Національні павільйони моди – державні інституції (наприклад, British Fashion Council, Український культурний фонд) підтримують дизайнерів для участі в міжнародних показах.

Колекції, створені на перетині традиції та інновації (наприклад, вишиванка у колекціях брендів Gunia Project чи Frolov) – слугують інструментами культурної ідентифікації та презентації.

Фешн-дипломатія – це не лише «одяг як жест», але й формування цілеспрямованої модифікованої нарації про державу, яка ґрунтується на м'якій презентації через креативну економіку [5⁵].

Етичний стиль – це вибір одягу, заснований не лише на зовнішньому вигляді, а й на цінностях, таких як екологічність, соціальна справедливість, культурна чутливість і відповідальність.

У цьому випадку мода стає інструментом громадянської позиції. Наприклад, споживач може свідомо відмовлятися від продукції fast fashion, яка експлуатує дешеву робочу силу, і натомість обирати локальних виробників або бренди, що дотримуються принципів сталого розвитку. Етичний стиль також охоплює питання культурної апропріації – важливо, щоби елементи інших культур використовувалися з розумінням і повагою, а не як декоративні запозичення без змісту. Етична мода – це не лише тренд, а новий підхід до одягу як до соціального жесту, що враховує вплив вибору споживача на довкілля, суспільство та культурну рівновагу.

Зростання ролі транснаціональної моди, візуальної дипломатії та етичного стилю свідчить про те, що сучасна фешн-індустрія більше не є замкнутою сферою естетики. Вона перетворюється на інструмент глобального діалогу, у якому кожна тканина, вишивка, силует чи колір можуть стати частиною важливої розмови про ідентичність, справедливість і співжиття в полікультурному світі.

³ Rana N. Fashion Diplomacy: The Role of Fashion in Cultural Exchange. *International Journal for Innovative Research in Multidisciplinary Field*, 2024. Т. 10, № 1. Р. 1–5. DOI: 10.2015/IJIRMF/202401001

⁴ Bestin: веб-сайт. URL: <https://bestin.ua/news/obraz-dnia-persha-ledi-olena-zelenska-u-sukni-the-coat-by-katya-silchenko> (дата звернення 06.04.2025).

⁵ Lupo E. Fashion as Cultural Diplomacy: Soft Power and the Global Politics of Style. *Journal of Visual Culture*. 2022. Vol. 21(1). P. 55–74.

У результаті мода розглядається як *соціокультурна мова*, в якій зчитуються національні, гендерні, релігійні й політичні меседжі.

2. Сутність і концепти міжкультурного діалогу

Міжкультурний діалог – це форма комунікації, яка базується на взаємній повазі, визнанні відмінностей і готовності до обміну смислами [6⁶]. У філософії міжкультурної комунікації цю взаємодію тлумачать як інтерсуб'єктивний процес, що передбачає вихід за межі етноцентризму та прийняття іншого як рівного.

Згідно з моделлю Г. Хофстеде, кожна культура має власні «культурні виміри»: індивідуалізм / колективізм, дистанція до влади, уникнення невизначеності тощо. Ці параметри визначають, як люди з різних культур сприймають і взаємодіють через візуальні символи, включно з одягом [7⁷].

У культурології розрізняють такі рівні міжкультурного діалогу:

- Мікрорівень – взаємодія між окремими особами або спільнотами.

Мезорівень – інституційний рівень (медіа, освіта, культура). Макрорівень – міждержавні, геополітичні взаємини. Фешн-індустрія функціонує водночас на всіх цих рівнях: дизайнери інтерпретують елементи культури (мікро), модні школи навчають культурної чутливості (мезо), держави підтримують модні події як інструмент дипломатії (макро) [3, 5]⁸.

У сучасному світі мода дедалі частіше виходить за межі естетичного й функціонального, перетворюючись на форму культурного висловлювання, символічного опору та міжкультурного діалогу. Особливо яскраво ця тенденція проявляється у кризові періоди, коли фешн-простір стає не лише ареною творчого самовираження, а й засобом консолідації ідентичності, репрезентації нації та трансляції культурних цінностей на міжнародному рівні.

⁶ Євтух В. Міжкультурний діалог: ефективний конструкт інтегративного розвитку поліетнічних суспільств. *Політичний менеджмент*, 2009. № 3. С. 177–185. URL: http://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/yevtukh_mizhkulturnyi.pdf (дата звернення 01.04.2025).

⁷ Hofstede G. *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. New York: McGraw-Hill, 2010. 561 p.

⁸ Rana N. Fashion Diplomacy: The Role of Fashion in Cultural Exchange. *International Journal for Innovative Research in Multidisciplinary Field*, 2024. Т. 10, № 1. Р. 1–5. DOI: 10.2015/IJIRMF/202401001

5. Lupo E. Fashion as Cultural Diplomacy: Soft Power and the Global Politics of Style. *Journal of Visual Culture*. 2022. Vol. 21(1). P. 55–74.

У цьому контексті досвід української модної індустрії є знаковим прикладом того, як мода здатна не лише адаптуватися до обставин війни, а й стати потужним інструментом культурної дипломатії та міжкультурної комунікації. З 2014 року, а особливо після початку повномасштабного вторгнення у 2022 році, українські дизайнери активно включилися у створення візуальних наративів, що актуалізують теми стійкості, національної самоідентифікації та солідарності.

Засобами одягу, показів, міжнародних виставок і колекцій українська мода транслює глобальній аудиторії не лише естетичні рішення, а й глибокі культурні смисли, звертаючись до традицій, ремесел, історичної пам'яті та актуальних подій.

З 2014 року українська модна індустрія набула яскравого політичного звучання. Після початку повномасштабної війни в 2022 році українські дизайнери активно включилися у процес візуального культурного опору – через моду транслюють наративи стійкості, самоідентифікації, солідарності.

Бренд Frolov використав національні мотиви у колекції, представлений у Парижі в 2023 році. Один із образів – вечірня сукня з поєднанням традиційної вишивки і сучасного силуету – стала візуальним маніфестом культурної витривалості.

Проекти Gunia Project, Varenkyu Fashion, Dzhus звертаються до українських ремесел, мотивів писанки, ляльки-мотанки, які перетлумачуються у сучасному дизайні.

У 2022–2023 роках Ukrainian Fashion Week International Season проводилися за кордоном – у Берліні, Варшаві, Лондоні – як акти культурної дипломатії в умовах війни. Мета: донести до світової аудиторії, що українська культура жива, активна, сучасна [1, 4]⁹.

3. Вплив глобалізації на трансформацію моди

Глобалізація як комплексний соціокультурний, економічний і технологічний процес докорінно трансформувала функціонування фешн-індустрії. Від локально зосередженого виробництва й споживання мода на початку XXI століття перетворилася на глобальну систему міжкультурних взаємодій, у межах якої відбувається безперервний обмін стилями, символами, технологіями та ідеологіями. У результаті цього

⁹ Копилова Н. Практики street-fashion у сучасній українській культурі. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. Вип. 47. С. 55–77. URL: <https://zbirnyky.rshu.edu.ua/index.php/ucpmk/article/download/725/745> (дата звернення 01.04.2025).

4. Bestin: веб-сайт. URL: <https://bestin.ua/news/obraz-dnia-persha-ledi-olena-zelenska-u-sukni-the-coat-by-katya-silchenko> (дата звернення 06.04.2025).

процесу мода зазнала істотних змін як у своїй структурі, так і в ціннісному наповненні.

Глобалізація сприяла уніфікації споживчих стандартів. Тренди формуються миттєво й поширюються через глобальні платформи (Instagram, TikTok, e-commerce) майже синхронно в усіх регіонах світу. Це створює ілюзію універсальності моди, яка дедалі частіше орієнтується на “глобального споживача”. Водночас така уніфікація супроводжується гібридизацією стилів: локальні елементи активно інтегруються у світові колекції, створюючи нові синтетичні форми одягу, в яких співіснують фрагменти різних культур.

Однак глобалізація не лише розширила географію моди, а й змінила її соціальну та політичну функцію. Мода дедалі частіше стає засобом комунікації та самоідентифікації, інструментом культурної дипломатії та активізму. Наприклад, багато брендів сьогодні використовують етнічні мотиви не задля екзотизації, а як спосіб підкреслити історичну значущість і стійкість окремих культур у глобальному контексті.

Разом із тим глобалізація актуалізувала і етичні виклики у модній індустрії. Виникає напруга між прагненням до масового охоплення та необхідністю культурної відповідальності. З’являються питання про культурну апропріацію, експлуатацію робочої сили у країнах із дешевою працею, екологічну кризу, спричинену fast fashion-моделлю. Ці проблеми стимулюють трансформацію моди в напрямку сталого розвитку, прозорого виробництва та справедливого партнерства.

Глобалізація істотно трансформувала фешн-індустрію. Завдяки розвитку технологій, транспорту, логістики, мода стала транснаціональною, а локальні стилі – глобально доступними [8, 9]¹⁰.

Основні наслідки глобалізації у сфері моди:

- Фрагментація стилів – відмова від єдиного канону, множинність модних центрів (наприклад, крім Парижа, важливими стали Сеул, Найробі, Краків) [10].
- Масова доступність культури – через соціальні мережі елементи національного костюма потрапляють у масову моду (приклад: китайський cheongsam у Zara, українська вишиванка у Mango).
- Культурна апропріація – комерційне використання культурних символів без згоди чи участі носіїв культури [11]¹¹.

¹⁰ Глобалізація та її вплив на різні сфери життя, ALife: веб-сайт. URL: <https://www.alife.com.ua/shho-take-globalizacziya-ta-yak-vona-vplyvaye-na-rizni-sfery-zhyttya/> (дата звернення 01.04.2025).

¹¹ 9. How Globalization Changed the Fashion Industry in the 21st Century, Ayerhs Magazine : веб-сайт. URL: <https://ayerhsmagazine.com/2024/12/08/how-globalization-changed-the-fashion-industry-in-the-21st-century/> (дата звернення 01.04.2025).

У відповідь на це з'являються практики культурної апреаціяції – запозичення з повагою до автентичного контексту та з активним залученням локальних представників [12, 13]¹².

У ХХІ столітті мода стала потужним каналом міжкультурної комунікації, який функціонує швидше за класичні дипломатичні чи академічні системи. Циркуляція візуальних образів у моді супроводжується постійним переосмисленням ідентичності та належності до певної культури.

Одна з головних тенденцій – естетична гібридизація: нові стилі народжуються в результаті поєднання регіональних традицій із глобальними трендами. Наприклад:

- у стрітстайлі Токіо активно поєднуються елементи синтоїстського вбрання та західного гранжу;
- в африканських столицях (Аккра, Лагос) традиційні бавовняні тканини використовуються у формах силуетів, запозичених з європейського *prêt-à-porter* [9, 13]¹³.

Такі гібридні стилі, за словами Джоан Ентвісл (Joanne Entwistle), відображають *«модну глобальність із локальним корінням»* [14]¹⁴.

Глобальні бренди також усе частіше включають локальні мотиви у свої колекції. Наприклад:

- Gucci у 2020 році представив сумки з декоративними елементами на основі орнаментів майя [15]¹⁵.
- Louis Vuitton презентував серію капсульних колекцій за участі дизайнерів із Західної Африки.

¹¹ Karlieva Z. Does the 21st Century fashion industry still have a diversity issue? Medium: веб-сайт URL: <https://medium.com/karlieva/does-the-21st-century-fashion-industry-still-have-a-diversity-issue-3107607d871e> (дата звернення 01.04.2025).

¹² Karras A. African appreciation in Dior's latest Cruise 2020 collection, Wanted (Times Live): веб-сайт URL: <https://www.wantedonline.co.za/voices/2019-05-06-african-appreciation-in-diors-latest-cruise-2020-collection/> (дата звернення 01.04.2025).

¹³ Uniwax: After a collaboration with Dior, the company is pursuing its expansion, FashionUnited: веб-сайт URL: <https://fashionunited.com/news/fashion/uniwax-after-a-collaboration-with-dior-the-company-is-pursuing-its-international-ambitions/2020030632473> (дата звернення 01.04.2025).

¹³ How Globalization Changed the Fashion Industry in the 21st Century, Ayerhs Magazine : веб-сайт. URL: <https://ayerhsmagazine.com/2024/12/08/how-globalization-changed-the-fashion-industry-in-the-21st-century/> (дата звернення 01.04.2025).

¹³ Uniwax: After a collaboration with Dior, the company is pursuing its expansion, FashionUnited: веб-сайт. URL: <https://fashionunited.com/news/fashion/uniwax-after-a-collaboration-with-dior-the-company-is-pursuing-its-international-ambitions/2020030632473> (дата звернення 01.04.2025).

¹⁴ Entwistle J. The Aesthetic Economy: Clothing and the Cultural Reproduction of the Social. *Oxford: Berg Publishers*, 2009. 290 p.

¹⁵ Burke T. Gucci's Global Mash-Up: Cultural Symbols and Luxury Branding. *Fashion Theory*, 2022. Vol. 26, No. 3. P. 145–167.

Такі приклади свідчать про нову парадигму: *мода як інтерфейс культурної поваги*, коли світові бренди не лише запозичують образи, а й долучають до процесу їхніх творців.

4. Міжнародні колаборації: практики і виклики

У XXI столітті міжнародні колаборації стали однією з провідних форм функціонування фешн-індустрії, відображаючи глобальні процеси крос-культурної інтеграції, економічної мобільності та цифровізації творчого виробництва. Такі співпраці між дизайнерами, брендами, ремісниками, художниками та інституціями з різних країн не лише стимулюють креативність, але й формують нову модель моди – гібридну, міждисциплінарну та поліфонічну за своїм змістом.

Міжнародні фешн-колаборації охоплюють широкий спектр форматів: спільні колекції, капсульні лінійки, інституційні платформи, кросдисциплінарні експерименти (наприклад, на межі моди й сучасного мистецтва). Прикладами таких проєктів є співпраця Loewe x Paula's Ibiza, Dior x Ghanaian artist Amoako Boafo чи UNIQLO x Marimekko – колекції, що поєднують локальні естетики з глобальними модними кодами.

Значною мірою колаборації стали відкритою лабораторією міжкультурного діалогу, у межах якої учасники не лише запозичують візуальні елементи один в одного, а й ведуть глибший діалог про культурну ідентичність, виробничу етику, соціальну відповідальність. Усе більше дизайнерів звертаються до концептуальної моди, яка базується на взаємоповазі та «етичному обміні», а не лише на естетичному злитті.

Попри потенціал збагачення, міжнародна колаборація не позбавлена викликів. Один із ключових ризиків – культурна апропріація, коли елементи традиційних культур використовуються без належного контексту, дозволу чи визнання авторства. Особливо актуальним це питання стає у співпраці між глобальними брендами та дизайнерами або ремісниками з країн Глобального Півдня чи постколоніального простору.

Іншим викликом є асиметрія ресурсів між учасниками колаборацій. Великі бренди часто мають домінуючу позицію, тоді як незалежні дизайнери з менш ресурсних країн стикаються з труднощами просування власного імені, контролю за візуальним наративом або навіть з випадками експлуатації. У цьому контексті постає потреба в етичних протоколах співпраці, які б гарантували прозорість, рівноправність і справедливий розподіл результатів.

У випадку української фешн-індустрії міжнародні колаборації особливо активізувалися після 2022 року. Українські дизайнери почали взаємодіяти з європейськими майданчиками не лише як креативні

партнери, а й як носії культурного опору та дипломатичного меседжу. Так, бренд FROLOV презентував колекції у співпраці з міжнародними організаціями, а GUNIA Project та KSENIASCHNAIDER беруть участь у спільних ініціативах із митцями та інституціями з Німеччини, Франції, Великої Британії. Ці проєкти часто поєднують національні ремесла з новітніми дизайнерськими підходами, утверджуючи ідею культурного партнерства.

У сучасному модному ландшафті дедалі більше поширюються міжнародні модні колаборації, які часто виконують роль міжкультурного діалогу у практичному сенсі.

Проект Dior & Uniwax (Кот-д'Івуар). У рамках колекції Dior Cruise 2020 французький модний дім не просто використовував африканські тканини, а співпрацював із місцевими майстрами, залучаючи їх до виробництва й концептуального дизайну [12, 13]¹⁶.

Nike x Patta x African Artists: у 2021–2023 роках Nike випустив кілька капсульних колекцій у співпраці з африканськими ілюстраторами та стилістами. Дизайн включав посилення на західноафриканські мітологєми, кольори, форми та патерни [16]¹⁷.

Такі проєкти свідчать, що мода може бути не лише економічною транзакцією, а й платформою для міжкультурного обміну та справедливої співпраці. У цьому випадку виникає поняття *співтворення* (co-creation), коли продукт є результатом діалогу між культурами, а не одностороннього запозичення.

Однак залишаються і виклики – зокрема:

- Культурна апроприація (наприклад, використання на показах індіанських головних уборів без контексту);
- Репрезентативна асиметрія (західні бренди отримують прибутки, тоді як локальні культури залишаються без належної видимості) [11]¹⁸.

Однією з найпомітніших тенденцій 2020-х років стала репрезентаційна революція в індустрії моди. Вона охоплює:

¹⁶ 12. Karras A. African appreciation in Dior's latest Cruise 2020 collection, Wanted (Times Live): веб-сайт. URL: <https://www.wantedonline.co.za/voices/2019-05-06-african-appreciation-in-diors-latest-cruise-2020-collection/> (дата звернення 01.04.2025).

¹³ 13. Uniwax: After a collaboration with Dior, the company is pursuing its expansion, FashionUnited: веб-сайт. URL: <https://fashionunited.com/news/fashion/uniwax-after-a-collaboration-with-dior-the-company-is-pursuing-its-international-ambitions/2020030632473> (дата звернення 01.04.2025).

¹⁷ 16. NEW 'NIKE AIR MAX 1 X PATTI' FEATURES AFRICAN INFLUENCES, Streetopia: веб-сайт. URL: <https://www.streetopia.me/m/news/6308ac5c6bacda6baf4a5da4/new-nike-air-max-1-x-patti-features-african-influences> (дата звернення 06.04.2025).

¹⁸ 11. Karlieva Z. Does the 21st Century fashion industry still have a diversity issue? Medium: веб-сайт. URL: <https://medium.com/karlieva/does-the-21st-century-fashion-industry-still-have-a-diversity-issue-3107607d871e> (дата звернення 01.04.2025).

- зростання кількості моделей з Близького Сходу, Азії, Африки; розширення уявлень про вік, тіло, стать;
- появу кампаній із представниками етнічних меншин, людей з інвалідністю, біженців [11]¹⁸.

Такі приклади демонструють, що мода – не лише естетика, а й *інструмент соціальної видимості*. Впізнаваність меншин у рекламних кампаніях брендів сприяє підвищенню культурної самоповаги та руйнуванню упереджень у суспільстві.

Крім того, у моді формується нове поняття – емансипаційна мода, яка дозволяє візуально артикулювати суб'єктність культур, що довгий час перебували в маргінальному положенні.

ВИСНОВКИ

Таким чином, фешн-індустрія ХХІ століття постає не лише як один із секторів креативної економіки, а як повноцінна система символічного обміну, що виконує важливі функції у формуванні глобального культурного ландшафту. Вона стала платформою для взаємного збагачення культур, репрезентації колективних і індивідуальних ідентичностей, а також для створення нових соціальних і культурних наративів.

Глобалізація справила багатовимірний вплив на моду: з одного боку, вона відкрила простір для інновацій, міжкультурного діалогу та розширення ринків, а з іншого – поставила перед індустрією нові виклики, пов'язані з етикою, ідентичністю та екологією. Сучасна мода вже не може існувати ізольовано – вона є відображенням глобальних процесів, реагує на соціальні зміни і сама виступає актором у формуванні нових глобальних наративів.

У сучасних умовах глобалізації та цифровізації мода перетворилася на універсальний інструмент комунікації, який дозволяє:

- транслювати національний культурний код через дизайн, форми, текстиль і символи;
- утверджувати цінності інклюзії та поваги до культурного розмаїття;
- відкривати діалогічний простір для міжкультурної взаємодії між країнами, спільнотами та поколіннями;
- протистояти культурній апропріації, просуваючи етичні моделі колаборації та обміну;
- реалізовувати інструменти культурної дипломатії, де мода виступає засобом м'якої сили у міжнародній комунікації.

У контексті зростаючої ролі фешн-індустрії як простору міжкультурної комунікації та носія соціального змісту важливо сформувати низку практичних рекомендацій, здатних посилити її функцію як інструменту глобального діалогу. Насамперед, доцільно

підтримувати етичне співтворення в міжнародних колабораціях між дизайнерами з різних культур, що передбачає повагу до автентичного контексту, взаємну відповідальність і справедливий розподіл авторства. Важливим кроком є інтеграція моди у державні стратегії культурної дипломатії, де вона може виступати потужним засобом м'якої сили для формування позитивного міжнародного іміджу країни.

Окрему увагу слід приділити розвитку освітніх програм із культурної чутливості у дизайнерських закладах освіти, що сприятиме формуванню нового покоління дизайнерів, здатних працювати з багатокультурними контекстами. Не менш важливо забезпечити реальну репрезентацію меншин у всіх ланках модної індустрії – від етапу виробництва до маркетингових стратегій, адже лише інклюзивність дозволяє моді повноцінно виконувати функцію культурного діалогу.

Крім того, необхідно стимулювати наукові дослідження, спрямовані на вивчення моди як складової гуманітарного знання, зокрема у сфері культурології, соціології, антропології та міжкультурної комунікації. Такий міждисциплінарний підхід дозволить не лише осмислити моду як феномен, а й розробити ефективні механізми її застосування у контексті сучасних глобальних викликів.

Фешн-індустрія демонструє здатність інтегрувати традиційні елементи у глобальні формати, зберігаючи при цьому повагу до контексту, культурного походження та сенсового навантаження. Особливу роль у цьому процесі відіграє українська мода, яка в умовах воєнного часу стала не лише естетичним явищем, а й інструментом культурного опору, національної самоідентифікації та міжнародної видимості. Вона виявила здатність не лише осмислювати власну традицію, а й транслювати її у світі як приклад автентичної, гідної та смислово насиченої модної практики.

АННОТАЦІЯ

У статті досліджено фешн-індустрію XXI століття як платформу глобального міжкультурного діалогу. Актуальність теми зумовлена зростаючим впливом моди на формування культурної комунікації, ідентичності та міжнародного іміджу країн. Здійснено теоретичний аналіз понять «мода» та «міжкультурний діалог», розкрито роль глобалізації у трансформації модної індустрії.

Особливу увагу приділено кейсам міжнародних колаборацій, практикам культурної апреаціяції та проблематиці культурної апропріації. Розглянуто фешн-дипломатію як інструмент м'якої сили та засіб публічної дипломатії. У статті також проаналізовано український досвід модної індустрії в контексті культурного спротиву та репрезентації в умовах війни.

В результаті дослідження сформульовано практичні рекомендації щодо розвитку етичного міжкультурного діалогу у фешн-сфері. Отримані результати можуть бути корисними для науковців, дизайнерів, культурних дипломатів та організаторів міжнародних фешн-платформ.

Література

1. Копилова Н. Практики street-fashion у сучасній українській культурі. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. Вип. 47. С. 55–77. URL: <https://zbirnyky.rshu.edu.ua/index.php/ucpmk/article/download/725/745> (дата звернення 01.04.2025).
2. Crane D. Fashion and Its Social Agendas: Class, Gender, and Identity in Clothing. *Chicago: University of Chicago Press*, 2000. 312 p.
3. Rana N. Fashion Diplomacy: The Role of Fashion in Cultural Exchange. *International Journal for Innovative Research in Multidisciplinary Field*, 2024. Т. 10, № 1. Р. 1–5. DOI: 10.2015/IJIRMF/202401001
4. Bestin : веб-сайт. URL: <https://bestin.ua/news/obraz-dnia-pershal-di-olena-zelenska-u-sukni-the-coat-by-katya-silchenko> (дата звернення 06.04.2025).
5. Lupo E. Fashion as Cultural Diplomacy: Soft Power and the Global Politics of Style. *Journal of Visual Culture*. 2022. Vol. 21(1). Р. 55–74.
- Євтух В. Міжкультурний діалог: ефективний конструкт інтегративного розвитку поліетнічних суспільств. *Політичний менеджмент*, 2009. № 3. С. 177–185. URL: http://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/yevtukh_mizhkulturnyi.pdf (дата звернення 01.04.2025).
6. Hofstede G. Cultures and Organizations: Software of the Mind. *New York: McGraw-Hill*, 2010. 561 p.
7. Глобалізація та її вплив на різні сфери життя, *ALife* : веб-сайт. URL: <https://www.alife.com.ua/shho-take-globalizacziya-ta-yak-vona-vplyvaye-na-rizni-sfery-zhyttya/> (дата звернення 01.04.2025).
8. How Globalization Changed the Fashion Industry in the 21st Century, *Ayerhs Magazine* : веб-сайт. URL: <https://ayerhsmagazine.com/2024/12/08/how-globalization-changed-the-fashion-industry-in-the-21st-century/> (дата звернення 01.04.2025).
9. Fashion and Globalization: The Impact of Cultural Exchange on Fashion Trends, *MorisMedia* : веб-сайт. URL: <https://www.morismedia.in/blog/fashion-and-globalization-the-impact-of-cultural-exchange-on-fashion-trends> (дата звернення 01.04.2025).
10. Karlieva Z. Does the 21st Century fashion industry still have a diversity issue? *Medium* : веб-сайт URL: <https://medium.com/karlieva/does-the-21st-century-fashion-industry-still-have-a-diversity-issue-3107607d871e> (дата звернення 01.04.2025).

11. Karras A. African appreciation in Dior's latest Cruise 2020 collection, *Wanted* (Times Live): веб-сайт URL: <https://www.wantedonline.co.za/voices/2019-05-06-african-appreciation-in-diors-latest-cruise-2020-collection/> (дата звернення 01.04.2025).

12. Uniwax: After a collaboration with Dior, the company is pursuing its expansion, *FashionUnited* : веб-сайт URL: <https://fashionunited.com/news/fashion/uniwax-after-a-collaboration-with-dior-the-company-is-pursuing-its-international-ambitions/2020030632473> (дата звернення 01.04.2025).

13. Entwistle J. *The Aesthetic Economy: Clothing and the Cultural Reproduction of the Social*. Oxford: Berg Publishers, 2009. 290 p.

14. Burke T. Gucci's Global Mash-Up: Cultural Symbols and Luxury Branding. *Fashion Theory*, 2022. Vol. 26, No. 3. P. 145–167.

15. NEW 'NIKE AIR MAX 1 X PATTI' FEATURES AFRICAN INFLUENCES, *Streetopia* : веб-сайт. URL: <https://www.streetopia.me/m/news/6308ac5c6bacda6baf4a5da4/new-nike-air-max-1-x-patti-features-african-influences> (дата звернення 06.04.2025).

Information about the author:

Dohtiev Andrii Viktorovych,

Postgraduate student at the Department of Design
Ukrainian State Mykhailo Drahomanov University
9, Pyrogoва str., Kyiv, 01601, Ukraine