

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені В.Н. КАРАЗІНА
ФІЛОСОФСЬКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ТЕОРІЇ КУЛЬТУРИ ТА ФІЛОСОФІЇ НАУКИ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

**«Образні трансформації в сучасній французькій моді
(на прикладі колекції Джона Гальяно 2024 року)»**

Виконала:

студентка 4-го курсу групи ОКК- 41
заочної форми навчання
першого (бакалаврського) рівня
спеціальність: 034 - Культурологія
освітньо-професійної програми
“Культурологія”

Єлизавета Віталіївна МОІСЕЄНКО

Науковий керівник:

Канд.мистецтвознавства, доцент кафедри
теорії культури та філософії науки
Наталія Віталіївна МАРХАЙЧУК

Рецензент:

Канд.пед.наук, доцент,
Доцент кафедри мистецтвознавства ХДАК
Юлія Олександрівна СОЛОВЙОВА

Підсумкова оцінка: за національною шкалою:

кількість балів: _____

Підпис керівника _____

Кваліфікаційну роботу захищено на засіданні Екзаменаційної комісії

Протокол № __1__ від « 13 » червня 2025 р.

Голова Екзаменаційної комісії _____ ЛИСЕНКОВА В.В. __

(підпис) (прізвище та ініціали)

Харків – 2025

ЗМІСТ

ЗМІСТ	2
ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I.....	7
1.1 Історичні межі образних трансформацій	6
1.2 Іспанська спадщина у гегемонії Короля-Сонця.....	12
1.3 Між імперською владою та буржуазною свободою	18
1.4 Метаморфози революції, кринолінові ідеали	22
1.5 Порцелянова колекція	26
РОЗДІЛ II.....	29
2.1 Постмодерні дослідження - колиска Будинку Maison Margiela.....	29
2.2 Деконструкція в філософії Maison Margiela.....	36
2.3 Методологія трактування моди Р.Барта.....	42
2.4 Ера авангардного Бароко	46
РОЗДІЛ III	47
3.1 Візуальна символіка Ролана Барта в образах Джона Гальяно в «Maison Margiela Artisanal Collection 2024».....	47
3.2 Структурний аналіз відеопоказу	49
3.3 Міфологічні пошуки в образах Джона Гальяно в «Maison Margiela Artisanal Collection 2024» через дослідження історичних ритмів.....	54
3.4 Метафори денотативних образів Джона Гальяно в «Maison Margiela Artisanal Collection 2024».....	58
3.5 Реальна утопія в утопічній реальності Джона Гальяно в «Maison Margiela Artisanal Collection 2024»	61
ВИСНОВКИ.....	63
СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ.....	68
ДОДАТКИ.....	80

ВСТУП

Обґрунтування вибору теми дослідження. Сучасна мода є не лише елементом візуальної культури, а й особливою формою нарративного висловлювання. Вона здатна втілювати архетипи, трансформувати культурні коди та переосмислювати візуальні системи минулого. Особливо це помітно у творчості Джона Гальяно — арт-директора Maison Margiela, який у колекції Artisanal Collection 2024 пропонує глядачеві складну багатошарову мову образів, що взаємодіє з міфом, історією, тілесністю, жестом і театральністю.

Колекція 2024 року стала прикладом того, як сучасна мода може функціонувати як міждисциплінарний простір, де перетинаються філософія, перформанс, дизайн і культурна пам'ять. Показ перетворюється на сценічну дію, а одяг — на носій метафор і цитат. Таке прочитання моди як тексту, що вимагає культурологічного аналізу, зумовлює актуальність цього дослідження.

Мета та завдання дослідження. *Метою* дослідження є виявлення механізмів образної трансформації в сучасній французькій моді на прикладі колекції Maison Margiela Artisanal Collection 2024 та аналіз цих механізмів через призму культурологічного підходу.

Досягнення мети проекту передбачає необхідність постановки та вирішення таких завдань:

- дослідити природу модного образу як трансформований візуальний знак;
- охарактеризувати творчу стратегію Джона Гальяно в контексті сучасної моди;
- проаналізувати колекцію Artisanal Collection 2024 як приклад міфопостичної та театралізованої модної мови, виявити архетипічні й культурні джерела, на які спирається колекція;
- вивчити роль сценографії, музики, пластики тіла й атмосфери в побудові трансформованого модного образу;

- застосувати семіотичний, іконологічний та культурологічний інструментарій до аналізу візуального ряду колекції.

Об'єктом дослідження виступає мода як форма візуального висловлювання в колекції Maison Margiela Artisanal Collection 2024.

Предметом дослідження є образні трансформації як візуальні, семіотичні та перформативні процеси в межах сучасної французької моди, зокрема у колекції *Maison Margiela Artisanal Collection 2024* Джона Гальяно. Дослідження зосереджене на формотворчих принципах, джерелах образів та способах взаємодії модного показу з культурною пам'яттю, міфом і тілесністю.

Методи дослідження. У цьому проєкті застосовується науково-культурний підхід.

Для досягнення мети проєкту використовується низка загальнонаукових методів досліджень: аналіз, аналогія, порівняння, синтез, спостереження та узагальнення.

Для розв'язання окремо поставлених завдань дослідження використовуються такі спеціально-наукові методи:

- семіотичний (для аналізу модного образу як знакової структури);
- іконологічний (для виявлення символічних і архетипічних пластів у візуальному ряді колекції);
- дискурсивний (для вивчення висловлювань, контекстів і супровідних текстів);
- візуальний аналіз (для дослідження композиції, кольору, фактур і постановки показу);
- компаративний (для виявлення історико-культурних паралелей у моді).

Теоретичну основу дослідження складають праці Ролана Барта (міф як мова), Жака Дерріди (деконструкція), Фредеріка Джеймсона (пастиш і постмодерна естетика), Юлії Крістєвої (інтертекстуальність), Сьюзан Зонтаг (естетика поверхні), Жюльєн Дельоза (тіло як подія), Джорджа Бейна (візуальні структури в орнаментиці), Валерії Стратійчук (мода як текст культури).

Емпіричну основу дослідження складають:

1. відеозапис і фотоматеріали показу Maison Margiela Artisanal Collection 2024;
2. архів попередніх колекцій Джона Гальяно для Maison Margiela;
3. інтерв'ю дизайнера, аналітика моди та критиків (Dazed, Another Magazine, Vogue);
4. паралелі з історичними джерелами — середньовічною, ренесансною та бароковою візуальною культурою;
5. дослідження костюма, театру, ритуалу та тілесності в моді.

Наукова новизна дослідження полягає у застосуванні культурологічного підходу до аналізу модного показу як візуально-семіотичного тексту. Уперше колекція *Maison Margiela Artisanal Collection 2024* Джона Гальяно розглядається як багаторівнева структура, що поєднує архетипне мислення, естетику деконструкції та театральну тілесність у єдиному художньому наративі.

Дослідження пропонує компаративний аналіз модних образів із культурними й історичними контекстами, а також інтерпретує показ як інтермедіальний перформанс, що виходить за межі прикладного мистецтва. Розкривається потенціал моди як самостійного дискурсивного простору, в якому можливе переосмислення культурної пам'яті засобами одягу, тіла, жесту та простору.

Актуальність теми дослідження зумовлена зростаючим інтересом до візуальних і культурних кодів у сфері сучасної моди, зокрема в академічному середовищі, індустрії моди та креативних індустріях. Відтак, у першу чергу, результати цього дослідження можуть бути корисними культурологам, дослідникам моди, мистецтвознавцям і викладачам профільних дисциплін — для розуміння механізмів формування сучасних модних наративів, зокрема в контексті постмодерністських практик та міфологічного мислення. Для дизайнерів, стилістів і fashion-журналістів дана робота є аналітичним інструментом, що дозволяє глибше осмислювати історичні та символічні

джерела візуальних рішень. Також дослідження може слугувати теоретичною базою для кураторів модних виставок, фешн-архівістів та освітніх програм, що працюють на перетині історії мистецтва, візуальних студій і моди.

Практичне значення отриманих результатів (апробація).

Структура та обсяг дослідження. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів (14 підрозділів), висновків, списку використаних джерел (85 найменувань) та 17 додатків. Загальний обсяг дослідження — 94 сторінки, з яких основна частина займає 73 сторінки.

РОЗДІЛ І

1.1 Історичні межі образних трансформацій

Для дослідження трансформації французької моди необхідно здійснити аналіз історичних змін [3] у європейському народному вбранні, зокрема французькому [6]. Народний та міський одяг Франції становить необхідну основу для розуміння глибинних міфологічних шарів, закладених у сучасній французькій моді.

Мода — це не лише система швидкоплинних трендів, а й система знаків, яка транслює соціальні ролі, ієрархії, цінності та уявлення про ідентичність. У цьому контексті народний костюм і міський вуличний одяг виступають як початкові культурні коди, з яких проростає складна структура модної міфології.

Французька мода, яка століттями відігравала центральну роль у формуванні європейського стилю, історично розвивалася під впливом соціально-політичних процесів: від середньовічних кодексів вбрання, що регламентували носіння тканин і фасонів відповідно до статусу, до революційних змін XVIII століття [13], коли демократизація суспільства призвела до переосмислення модних норм.

Дослідження окреслює свої пошуки у такі історичні рамки: Бароко, Рококо, Романтизм, Модерн і Постмодерн [6, 12]. Саме ці епохи і перехід між ними мали значний вплив на розвиток французької моди та її міфологічні витoki. Багатостолітній розвиток моди несе в собі трансформацію естетики народного вбрання та міського швидкоплинного стилю, історичне походження яких є невід'ємною частиною візуальної мови бренду Maison Margiela. Джон Гальяно, який був креативним директором будинку моди до грудня 2024 року, використав історичні алюзії і перетворив традиційні елементи на знакові символи, що працюють у межах сучасної модної міфології, а, отже, аналіз народного та історичного вбрання Франції дозволяє простежити еволюцію

міфологічних структур, які зчитуються в образах дизайнера і формують нові конотації у контексті модного мистецтва XXI століття.

Maison Margiela, особливо в колекції Artisanal 2024, апелює до цих шарів культурної пам'яті, трансформуючи вбрання у знаки, які існують між минулим і майбутнім. Через алюзії на крій народного костюма, силуети середмістя та умовно “потойбічні” образи, колекція оживлює французьку міфологію одягу як певну візуальну мову, що вимагає інтерпретації. Тому дослідження витоків цієї мови — народного та міського одягу — дозволяє глибше зрозуміти символічне поле, в якому функціонує сучасна мода, і зокрема — мода як міф.

Народний одяг, а точніше одяг селянських громад, втілює архаїчні уявлення про належність до громади, працю, ритуал і регіональну ідентичність. У ньому можна простежити циклічності часу, сезонності, міфологічні “тренди”. У свою чергу, міський костюм відображає процеси урбанізації, індивідуалізації, соціальної мобільності, а також конфлікт між особистим стилем і колективним смаком.

Саме співіснування між “корінням” (традиційним) і “міським смаком” (сучасністю) часто стає ґрунтом для модних наративів, у яких сучасні дизайнери переосмислюють і реконструюють архетипи.

У давні часи одяг був простий, з домотканого полотна натурального кольору або пофарбованого в домашніх умовах. У багатьох країнах існували суворі закони, які регулювали матеріали, стилі та кольори, дозволені для одягу простих людей у переважно феодальному суспільстві. Це мало тенденцію до придушення змін, і низка примітивних елементів зберігалася в певних місцях до досить пізньої дати, щоб бути включеною в народний одяг, як він розвивався пізніше.

Найбільшого розвитку набула Західна Європа, де одяг найбільше наблизився до міських стилів. Найпоширенішим стилем на заході є блуза або сорочка та спідниця, як правило, з ліфом або корсетом та (або) піджаком разом із шарфами, хустками та іншими різноманітними аксесуарами. Іноді спідниця

має форму відкритого фартуха, що є зручним способом надягання одягу. Таких спідниць або фартухів прийнято носити кілька разом, що робить фігуру дуже об'ємною. Окремий фартух виконує ще й декоративну функцію. Він зосереджує найбагатшу частину ансамблю спереду, де він демонструється [6].

Розвиток європейських країн демонструє тенденцію до поділу за стилем або ступенем витонченості вздовж певних кордонів, але ці поділи насправді не між політичними, а між культурними одиницями. Довгі періоди іноземної окупації чи гноблення помітно впливають на будь-яку культуру, і навіть короткі кампанії можуть мати вплив і, по суті, плідно створювати нові стилі як у світі моди, так і в суспільстві.

У деяких місцевостях від особи, яка переходила з однієї громади до іншої, вимагалось придбати одяг нової громади. Це показує, наскільки потужним було відчуття місцевої ідентичності в цих громадах. Це явище, що підкріплене силою спільноти засуджувати чи приймати інновації.

Одяг не лише обслуговував функціональні або естетичні потреби — він закріплював колективну міфологему "свого" і "чужого". Це особливо помітно в селянських культурах, де відтворення вбрання набувало ритуального значення, подібного до повторення міфу. У традиційному костюмі людина як би «входила в образ» своєї спільноти, перевтілювалася у роль, яка закорінена в соціальному та космічному порядку.

Зміни у сільському вбранні є неминучими і поступовими. Хоча сільське життя зазнавало віянь новизни міських впливів моди, та у реальності трансформувався радше місцевим, ніж міжнародним смаком. Таким чином, кожна зміна в костюмі відбувалась за логікою культурного перекладу — коли нове повинно було “зрозумітися” старим, а старе — бути “легітимізованим” у новому контексті. Крім повсякденного одяг були інші прояви автентичного стилю: свій найкращий одяг для відвідування церкви, інший спеціальний одяг для свят і танців, додатково існувала спеціальна сукня або символічні елементи, як-от головний убір для весілля. У цьому одязі, виготовленню якого

приділялося багато уваги, є церемоніальний аспект народного одягу [3], міфологічна декоративність якого просліджується і на модному показі [20].

У своїй крайній формі в процвітаючих громадах мода могла бути демонстрацією сімейного багатства, а його розробка мала на меті передати важливість події, під час якої її носили, і підкреслити пов'язаний з нею етикет.

Урочисте вбрання було зарезервовано для відповідних випадків і відповідно збережено. З іншого боку, протягом тривалого періоду існувала тенденція до просування стилю, а не одягу, так що те, що колись було повсякденним одягом, пізніше стало церемоніальним одягом, або, як альтернатива, старіший стиль зберігався лише для певних особливих професій, часто професій, до яких надавалась повага.

Народний одяг як частина традиційного способу життя слідкує, щоб зберегти себе від змін, на відміну від модного одягу, який прагне впроваджувати інновації та новинки. Він виконує роль культурного консерванта, втілюючи стабільність, ритуальну повторюваність і спільну пам'ять.

У народному костюмі закладено уявлення про космічний порядок — циклічність часу, зміну сезонів, сакральні події та родові обряди. [10] Це не просто одяг, а система знаків [1], у якій кольори, вишивка, крій і навіть спосіб носіння мають семіотичне значення. Звичайно, люди в будь-якій громаді матимуть смак до новизни, і модний одяг зміниться, коли його вплив пошириться на провінції та від господаря до слуги. Талія модного силуету піднімається і опускається, а спідниці змінюють свою довжину.

Комерційні вироби та аксесуари, гребінці, ювелірні вироби, мережива, стрічки та інша галантерея везуть у сільську місцевість лоточники та розносники, щоб їх з ентузіазмом купували селяни. Ці предмети, вписуючись у традиційний костюм, не стільки змінюють його суть, скільки оновлюють його «шкіру», дозволяючи т

Цей інтерес зазвичай лише примхливий і не відіграє жодної ролі в збереженні самого народного одягу — проте він актуалізує давні образи,

надаючи їм нового значення. Як у випадку з Maison Margiela Artisanal 2024 [20], де народні форми не імітуються буквально, а слугують ґрунтом для модної герменевтики, де одяг читається як текст із прошарками культурної та міфологічної пам'яті [2].

Фактор відродження народного одягу і активного використання дозволив автентичності відродитися, трансформуватися, адаптуватися та вижити у місцях, де були прояви зацікавленості прихильниками. Це вже була не ознака класу чи вшанування традиції, але джерело місцевої гордості. Порівняння стилів та оздоблення одягу неозброєним оком виявить, що оздоблення одягу сусідніх сіл, областей і країн створює «загальний» образ універсального стилю без урахування автентичності чи дрібних деталей.

Народний одяг допомагає простежити, як сучасні дизайнери, зокрема Джон Гальяно, працюють із візуальними кодами минулого, перетворюючи їх на нову модну мову. Його присутність у колекції є не лише формальним або декоративним елементом, а способом створення нового нарративу — того, де пам'ять і фантазія, автентичність і постмодерна іронія взаємодіють у складному, багат шаровому образі.

Аналіз народного одягу як культурного феномену дозволяє побачити в ньому не лише практичний або естетичний компонент, але передусім — носія колективної пам'яті, архетипів і міфологічних структур. На противагу модному одягу, який за своєю природою є інноваційним і постійно змінним, народний костюм чинить опір змінам, закріплюючи певний порядок світу — космос, а не хаос. Саме ця опозиція між традицією і новизною створює живий ґрунт для переосмислення, зокрема в межах сучасної моди.

У колекції Maison Margiela Artisanal 2024 [20], яка апелює до архетипів, ремісництва, фольклорних мотивів і їхнього деконструювання, народний одяг слугує не джерелом буквального цитування, а інструментом інтерпретації

1.2 Іспанська спадщина у гегемонії Короля-Сонця

Перед тим, як Париж став світовою столицею моди, Іспанія у XVI-XVIII століттях мала величезний вплив на європейські модні тенденції та культуру загалом. Панування іспанської моди в XVI столітті мало політичне підґрунтя, пов'язане з могутністю Іспанської Імперії, яка досягла свого піку за правління Карла V [6]. Іспанська влада виступала заклятим противником усіх прогресивних і реформаторських рухів, а Епоха Відродження значно скоротила відмінності в одязі різних станів.

Суворя, замкнута іспанська мода XVI століття була вираженням католицької Контрреформації [6]. Характерним для цього часу був жорсткий, накрохмалений, незручний і темний одяг. Високий іспанський комір не допускав жвавих рухів і природної посмішки, що робило іспанців напруженими у своїх рухах та недоступними у спілкуванні. Наприкінці XVI століття іспанські спідниці часто підтримувалися спеціальними конструкціями з китового вуса або заліза [6]. Такі спідниці, як правило, носили лише знатні та заможні жінки, та й то переважно в містах. Іспанські святкові та ритуальні костюми, як і національні традиції, часто містили у собі символи, що виходили з міфології, біблійних сюжетів і народних уявлень про святість і обрядовість. Це дозволяє з'ясувати, як стиль одягу відображав свідомість та духовність, де кожна деталь, кожна тканина або кольорове поєднання несли в собі глибокий міфологічний контекст. Іспанська мода була глибоко пов'язана з ритуалами та церемоніальними практиками.

Стиль іспанських аристократів, особливо костюми з використанням темних кольорів, розкішних тканин і складних аксесуарів, став популярним серед інших європейських монархів. Іспанська королівська родина активно просувала свої смаки, і французькі іспанські жінки, наприклад, у Франції, часто носили іспанські модні тенденції до того, як Париж став основним осередком моди.

У XVI столітті іспанці прагнули досягти однакового зросту чоловіків і жінок [6]. Під довгі спідниці жінки носили високі котурни з пробки або дерева. В Італії котурни отримали несподівану підтримку церкви. Священнослужителі високо оцінювали таке взуття, вважаючи його дієвим засобом у боротьбі з мирськими насолодами, особливо з танцями, за що носіям котурн дарували індульгенцію. (див. Додаток 12).

Зміни у політичному та економічному ландшафті Європи призвели до того, що Іспанія поступово втратила свій лідерський статус у модному світі. Наприкінці 17 століття, особливо в період правління Людовіка XIV, Франція почала набирати міць не лише в політичному, а й в культурному плані. Людовик XIV, знаний своїм розкішним двором і патронатом над мистецтвом, активно просував французьку моду. Його королівський двір став еталоном елегантності, що поступово перевершило іспанський стиль.

Подальший розвиток і поширення іспанського одягу в Європі внесло певні зміни в цю моду, адаптуючи її до місцевих умов та впливів інших культур. Франція відіграла значну роль у подальшому розвитку іспанської моди як у своїй країні, так і за її межами. Французи внесли суттєві зміни в строгий стиль іспанського одягу, надавши йому більшої барвистості, різноманітності стилю та деяких надмірностей.

Як в Іспанії, так і у Франції мода XVI-XVIII століть була тісно пов'язана з ритуалами, знаттю та розкішшю. Одяг у обох країнах часто відзначався розкішними тканинами (шовк, велюр, оксамит), багатими вишивками, мереживами, коштовними каменями та іншими елементами оздоблення.

Як в іспанському, так і в французькому костюмах зустрічались складні та витончені деталі (див. Додаток 9-13) , що підкреслювали статус і соціальну належність особи. Чоловічий одяг залишався практично таким же, як і в Іспанії, проте жіночий одяг у Франції все ще перебільшував оригінальний іспанський зразок. У Франції не дотримувалися суворих правил щодо високих комірів, і жінки часто носили сукні з вирізом. Спідниця стала ширше і спочатку зберігала

форму конуса, але з часом набула форми вази, що зробило дротяну конструкцію незамінною.

У обох культурах одяг часто регулювався за допомогою колірних кодів, що вказували на соціальний статус, вік або навіть роль в суспільстві. Червоний, чорний і золотий були популярними серед знаті та королівських родин як символи престижу та багатства, однак в Іспанії ці кольори мали особливу сакральну значущість. Обидві моди змінювалися з плином часу, і, хоча Франція мала більший вплив у XVIII столітті, на початку цей процес розвитку був спільним для обох країн.

В обох культурах існували певні етапи у розвитку моди, коли нові стилі переходили з двору до середнього класу і, в кінцевому результаті, проникали в народ. Франція переживала соціальні зміни, які відображались в моді. Революція смаку та індивідуалізація були основними характеристиками французької моди, яка почала виходити за межі простої розкоші і ставала більш доступною і різноманітною [6].

Таким чином, хоча Іспанія протягом кількох століть була лідером у світі моди, розвиток Франції, її політична міць, розвиток текстильного виробництва та соціально-культурні зміни сприяли тому, що Париж став новим епіцентром моди.

Відхід від іспанської модної монополії був природним етапом змін в європейських культурних практиках, що привели до створення сучасної французької модної індустрії, яка й досі залишається світовим стандартом [6]. Франція в середині XVIII століття завоювала роль «модної столиці» Європи. Французькі модельєри та кравці стали символами вишуканості. Париж став головним місцем зустрічі аристократії, де обговорювались нові тренди, і це змінило роль Іспанії як культурного центру моди.

У XVII столітті починається занепад Іспанської імперії, зокрема через економічні кризи, постійні війни та втрату колоніального контролю. У той самий час Франція, особливо за правління Людовіка XIV, переживає стрімке

політичне та культурне зростання [6]. Версальський двір став остаточним центром визначення модних тенденцій, а законодавцями моди були члени королівської сім'ї.

З Франції, завдяки її впливу на аристократію та створення нових текстильних технологій, модні інновації поступово поширювалися по всій Європі. Французька мода, що поєднувала елегантність, витонченість і функціональність, переважила іспанські традиції, даючи початок новому етапу розвитку моди, що вже не зводиться до церемоніальних та ритуальних елементів, а зосереджується на індивідуальності і самовираженні через одяг.

Чоловіки відмовлялися від догляду за власним довгим волоссям, вони часто голили або стригли його дуже коротко, носячи домашню шапку, оскільки модною зачіскою для них була виключно перука. Попит на перуки був настільки великий, що дешевші варіанти виготовляли з овечої чи козячої вовни, а також з кінського волосу.

У часи французького бароко вогненно-червоні або золотисто-русяві перуки досягли свого піку популярності, особливо в кінці століття, коли трикутна перука стала найпопулярнішим головним убором. Чоловіки в цей період прикрашали свої обличчя маленькими вусами, що було єдиною чоловічою ознакою жіночої моди, коли борода не була в тренді. Бідніші верстви не могли собі дозволити дорогі види перук.

У жінок також були довгі локони, хоча їхні зачіски ніколи не були такими помпезними, як у чоловіків. Початок моди на перуки в 1640-х роках був пов'язаний з впливом соціальних норм та естетичних уподобань. Перука стала не лише модним елементом, а й символом аристократії, яка підсилювала статусі стилізувала зовнішній вигляд своїх носіїв [13].

У першій половині правління Короля-Сонця, мода в чоловічому одязі відрізнялася від жіночої легкістю, свободою рухів і мальовничим виглядом. Головні убори чоловіків стали трохи жорсткішими, а широкі штани до колін, прикрашені мереживом, нагадували жіночі спідниці.

Наприкінці XVII століття на шиї почали зав'язувати шийну хустку з мережива або льону, обробленого мереживом: попередник чоловічої краватки. В кінці XVII століття на жіночих обличчях з'явилися перші нанесені з наміром плями краси, відомі як «муші». Цей тренд в моді наробив шуму в ті часи, і відзначив його і у своїх мемуарах Йоганна Шопенгауер [6], мати відомого філософа. Вона згадує про це явище з певною саркастичністю, підкреслюючи, що сама часто носила вигадливо оформлену перламутрову скриньку з дзеркалом, завжди при собі, щоб швидко замінити випадково втрачену мушку.

Мода на мереживо додавала декоративність до сорочок, хоча вони не часто були повністю видимі. Це не ставило сучасників французького бароко в незручне становище, оскільки вимоги до прання нижньої білизни та особистої гігієни були не так строгими, як у подальших епохах. Люди змінювали білизну лише раз на місяць.

Отже, жіночий одяг в цей період контрастував з чоловічим. У той час як чоловіки носили важкі висячі перуки, жінки вдягали високі фонтанжі. Прямий ліф жіночого одягу підкреслював широкий виріз і рукава, які ледве доходили до ліктів. Мереживна сорочка прикривала верхню частину передпліччя, а ліф мав широку, декоровану спідницю-дзвін.

На зміну бароко прийшла благородна пишність. Ця епоха сформувала три основні компоненти сучасного чоловічого одягу: піджак (відомий як «justaucorps»), жилет і штани. Кюлоти, що доходили до колін, стали менш пишними і зазвичай створювалися з тієї ж тканини, що й піджаки.

Формування за часів Людовіка XIV використання дерев'яних ляльок-моделей (*poignées de mode*) як презентація моди поширювалась по континенту як живий ескіз. Такі ляльки є прототипом реальних моделей і міні-експортом моди по всім країнам континентальної Європи. Ляльки демонстрували не лише фасони одягу, а й актуальні ювелірні вироби, зачіски, аксесуари — тобто повний вигляд згідно найостанніших паризьких трендів [3].

Французький двір, що ставав дедалі могутнішим політично, одночасно диктував і стиль життя, і моду іншим європейським столицям, через що потік ляльок із Франції ставав життєво важливим для модної індустрії континенту. У період, коли французький двір набував дедалі більшої політичної ваги, мода перетворилася на ще один інструмент гегемонії. Потік модних ляльок із Франції ставав життєво важливим для всієї європейської модної індустрії, закріплюючи за Парижем статус законодавця стилю і способу життя.

Після смерті Людовіка XIV у першій половині XVIII століття французька мода, подібно до самого суспільства, вступила у період глибокої трансформації.

У цій проміжній фазі, що передувала епосі Регентства, у моді з'явилися перші ознаки спрощення. Чоловічий одяг поступово втрачає сувору декоративність: камзоли стають коротшими і менш громіздкими, мережива використовуються делікатніше, перуки зменшуються в розмірах і вибілюються, замінюючи важкі кучеряві маси на легкі, майже повітряні форми. Жіночий костюм також починає трансформуватися: зникає важке представницьке манто і величезні головні убори типу фонтанжу. Занепад монументальної пишноти та офіційного етикету Версалю викликав природну потребу у більш легких, комфортних і витончених формах в одязі [3, 13].

1.3 Між імперською владою та буржуазною свободою

Перехідний період між модою бароко та рококо, відомий як Регенство і позначає перехід від стилю Луї XIV (Бароко) до стилю Луї XV (Рококо). Зі смертю Людовіка XIV і початком Регентства відбувається фундаментальна зміна вектору культури: від централізованої влади — до фрагментації соціального простору, від офіційного — до приватного, від мови величі — до мови чуттєвості. Цей перехід - ґрунт для появи рококо. Пауза, зокрема у моді, це перехідний стан між старим і новим. Вона виникає після великих політичних чи соціальних потрясінь, які змінюють культурний ландшафт і змушують людей суспільства шукати нові форми вираження. В історії моди такі паузи стають моментами забутої або невираженої революції, коли ми бачимо, як минулі естетики відходять у забуття, а нові форми ще не знайшли своєї форми.

“Пауза” деміфологізувала владу і характеризувалася м'якшими та ніжнішими рисами порівняно з бароко, хоча і зберігала сувору симетрію попереднього періоду. Регентство стає простором “міжміф’я” — часовим і культурним проміжком, коли одна міфологія ще не зникла остаточно, а нова тільки починає формуватись [14].

Саме в цій проміжній зоні мода звільняється: зникає її інструментальна функція як мови влади, натомість формується новий наратив — мода як задоволення, як гра, як мова інтимності. Силуети одягу обох статей набули кінчної форми, нагадуючи велику літеру "А" [13].

Чоловічий одяг став вужчим, а піджак майже не застібався. Мереживо використовувалося переважно для прикраси відкритої частини кардигану, нижньої частини рукавів, а також для вузького коміра. Взуття стало більш витонченим і наблизилося до стилю черевиків із пряжками рококо. Перуки зменшилися в розмірі, і замість вогненно-червоних кольорів стали популярними білі напудрені перуки [13].

В кінці XVII століття високий святковий фонтанж і представницьке манто зникли з жіночого гардероба. У повсякденному житті, якщо не був потрібен офіційний одяг, жінки надавали перевагу зручному контушу, який еволюціонував із домашнього плаща. Низька, маленька, напудрена зачіска замінила складний фонтанж. Вирізи стали більшими, ніж у період бароко, талія була лише трохи зменшена спереду, а кринолін, який знову набув популярності, не досягав значних розмірів.

Регентство в історії Франції стало часом, коли зміни не лише стосувалися естетичних смаків, а й ідеологічних. Після смерті Людовіка XIV та періоду його абсолютної влади Франція пережила часи політичної невизначеності. Регентство стало часом для початку ослаблення тиску монархії на культурні процеси, що призвело до більшої свободи в художніх і модних експериментах. Мода стає виразником соціальних змін, а не лише інструментом політичної репрезентації. Рококо, що стало визначальним стилем Франції в середині XVIII століття, виникло як логічне продовження естетичних змін, розпочатих під час Регентства. Хоча стиль рококо все ще зберігав багато елементів витонченості, легкості та інтимності, характерних для Регентства, він став ще більш орієнтованим на декоративність, грайливість та емоційну виразність.

Епоха Рококо характеризувалася театральною величчю в моді та суспільних звичаях Франції. Перебільшений абсолютизм монархії після смерті Людовіка XIV трансформується у послаблення жорстких придворних правил та релігійного аскетизму і проявляється у культурі еротики. Центр моди вже не Версаль, а паризькі салони на чолі з аристократичною елітою. Приватні простори створили можливості вираження чуттєвості, спокусливого настрою та індивідуальності. Естетика епохи рококо про задоволення, інтриги, інтимність і тілесність: укні оголювали плечі, шию, декольте, а прозорі тканини не приховували тіло. Це був еротичний, але не вульгарний стиль — радше делікатне підкреслення чуттєвості. Також мода дозволила більше свободи рухів — жінка перестає бути "спорудою", як у часи пан'єрів Людовіка XIV, і стає

"живою фігурою" для гри. Жінки носили паньєри такого розміру, що пересування ставало майже неможливим, а високі зачіски часто підпалювалися свічками в люстрах. У той час було прийнято використовувати надмірну кількість пудри, косметики та мушок [10].

Іконічні та вирішальні для розвитку моди образи закріплюються за стилем Королеви Марії Антуанетти, яка була «одночасно дорого і голо одягнена». Її сукня, відома як *chemise à la reine* була справжнім модним викликом. Вона не тільки відрізнялася від офіційного королівського вбрання, але й руйнувала очікування щодо королівського образу загалом. Прозорість тканини збурила обурення — жінку у «сорочці без нічого» сприймали як провокацію. Цей жест мав глибоке культурологічне значення: він порушував кордони між публічним і приватним, між політичним тілом королеви та її індивідуальним «я». У перспективі історії моди це стало зародженням нового уявлення про жіночність — не нав'язану через ритуал і церемоніал, а природну, легку, тілесну.

В моді Рококо конструкція одягу підкреслювала контраст між широкою нижньою частиною сукні та грудьми, стиснутими в осину талію за допомогою спеціального корсета. Верхня спідниця часто була відкритою, дозволяючи демонструвати кілька дорогоцінних тканин одночасно. Найпопулярнішими матеріалами як для жіночого, так і для чоловічого одягу були шовк з рослинним орнаментом та важка парча. На перший погляд, сувора іспанська «мода-воронка» відрізняється від витонченої спідниці-пан'єри епохи Рококо: перша характеризувалася високою горловиною, а друга – глибоким вирізом. Саме через це остання зазнавала більшої критики з боку моральних проповідників, але водночас користувалася значною популярністю серед сучасників.

Існувала тенденція маскувати сиве волосся шляхом фарбування, щоб не виглядати старшими. Мода на попелясто-русяве та платиново-русяве волосся частково аналогічна моді на перуки XVIII століття, хоча її поширення було меншим. Напудрене волосся в стилі рококо вимагало інтенсивного

розфарбування обличчя, що стосувалося навіть чоловіків, які також припудрювали свої перуки [13].

Подібно до того, як період бароко був вигідним для виробників перук, період рококо ознаменував найбільший розквіт для перукарів, які годинами працювали над створенням складних зачісок. Заможні дами могли користуватися послугами цих майстрів не частіше одного разу на тиждень, а менш забезпечені дами – лише раз на місяць.

Велике декольте зазвичай прикривалося білим трикутним батистовим полотном і рясно оздоблена вишивкою, мереживом та гірляндами. Надмірність моди пізнього рококо привела до створення халата, який можна було носити постійно. Так з'явився легкий домашній або ранковий одяг: неглиже.

Чоловічий жакет з манжетами та кишнями, подібний до спідниці-пан'єра у жінок, залишався прикрашеним оздобленням і багато вишитими орнаментами. Жилет став коротшим і тепер був без рукавів.

Штани, що закінчувалися нижче колін, були тісними, панчохи втратили яскраві кольори, а підбори стали трохи нижчими. Чоловіча зачіска зазнала найбільших змін порівняно з бароко. [13]

Період рококо збігається з передвісниками Просвітництва, коли починають цінувати особистий досвід, почуття, емоції. Відображення себе у моді стає способом самовираження, тілесність — не лише природним, а й філософськи важливим аспектом людини. Інтимність у моді — це про близькість до себе, до іншого, до світу, а не про демонстрацію сили.

Мода рококо швидко поширилася по всій Європі. Французький приклад проник навіть у такі ізольовані в художній сфері місця, як Венеція, Рим, Відень і Берлін, завдяки чому салони та їхні відвідувачі не виділялися з-поміж інши

1.4 Метаморфози революції, кринолінові ідеали

Французька революція спричинила значні соціальні зміни в європейському суспільстві, трансформувавши політичні та економічні відносини, а також суттєво вплинувши на модні тенденції, виражаючи нові соціальні ідеали через практичність в одязі. Основною функцією декоративного одягу було розрізнення соціального статусу та багатства, що аристократія впроваджувала через численні законодавчі норми між XIV і XVIII століттями.

У дореволюційній Франції мода була інструментом вертикальної ієрархії — складні перуки, корсети, важкі шовки, декоративність костюма демонстрували не лише багатство, а й належність до певного соціального рангу. Революція знищила цю систему і водночас деконструювала мову одягу, змусивши суспільство шукати нову символіку [13].

Замість декоративності прийшли простота і строгість — як прояв нових ідеалів Свободи, Рівності і Братерства. Уніформа, темні кольори, лаконічні форми — усе це стало частиною нової етики одягу. Народження „громадянина“ як образу вимагало нової уніфікованої естетики, позбавленої знаків розкоші.

Відтепер дворянство пристосувалося до тих цінностей, завдяки яким громадяни здобули перемогу і перейняло стиль одягу громадян. Чим більш стабільними ставали політичні відносини, тим більше мирного розвитку зазнавала мода.

Революція спричинила появу нових фігур у модному просторі — санкюлоти (*sans-culottes*) [13], які свідомо відмовлялися від шовкових бридж і носили довгі штани як символ народної гідності. Цей образ став політичною уніформою, а мода — мовою революції.

Ідеї Рационалізму, Індивідуалізму, Емансипації — головні принципи доби Просвітництва — відобразилися і в моді. Одяг перестав бути виключно формою

репрезентації влади і став виразом особистої свідомості, вибору, стилю життя [3].

Жінки почали відмовлятися від корсетів, з'явилися грецькі туніки (стиль empire), що відображали філософське повернення до "чистих" форм античності, як до символу нової етики. Використовуючи моду як інструмент, жінки історично здійснювали перехід від природи до культури, формуючи себе як соціальних суб'єктів. Зосередженість на зовнішності, красі та моді часто інтерпретується як феміністичний жест, оскільки це поле, яке жінки можуть контролювати самостійно, вибудовуючи власну ідентичність [3].

Конфлікт між модою та фемінізмом залишається невирішеним і багатозаровим. Він потребує подальшого осмислення, зокрема поза рамками виключно гендерної перспективи, яка часто зводить моду до репрезентації жіночої ідентичності. Натомість, необхідно розглядати моду як комплексний соціальний механізм, що функціонує у взаємозв'язку з політикою, економікою, ідеологією та класовою структурою.

Поява впізнаваного регіонального одягу збігається з епохою Романтизму та є частково її продуктом. Епоха романтизму в Європі стала епохою революції, і люди почали шукати політичну, а також культурну ідентичність.

Рух до незалежності був започаткований інтелектуалами, а не селянами, але відданість інтелектуалів культурній спадщині своїх країн, мові, літературі та мистецтву залучила селянство та їхнє народне мистецтво до політичного патріотизму, який вони не обов'язково поділяли і якого вони були потенційними жертвами.

Вживання народного вбрання і його часто захоплене відродження відбувається у формі святкового вбрання, тоді як колишні традиції стали предметом етнографічного дослідження, а вбрання — матеріалом музейних колекцій.

У середині XIX століття відбувся підвищений розвиток інтересу до регіональних стилів, які закріпилися досить міцно, щоб тривати та розвиватися

протягом кількох поколінь; в деяких консервативних областях, до останнього часу. Тоді у більшій частині Франції вплив світу моди був сильним, а міська мода дев'ятнадцятого століття є основним джерелом.

Зростання французької текстильної промисловості, що вперше зробило широкий асортимент тканин загальнодоступним, а також поширення модної літератури забезпечили людей необхідними матеріалами та візерунками.

Протягом епохи Романтизму домінування криноліну визначало модні силуети відповідно до “ідеальної фігури” того часу. Коли рукави зменшувалися, спідниці збільшувалися, а їх зростаючий об'єм вимагав штучного розширення.

На початку XIX століття спідниці конструювалися за допомогою кінського волосу [11], а з середини XIX століття основа плаття продовжувалася вже китовим вусом, який згодом комбінувався із металевими вставками: кринолін обгортувався сталлю і мав бути легким і гнучким. Ліф став дуже довгим і загостреним по центру, а до середини XIX століття центральний перед знову був вирізаний по прямій частині матеріалу. Ці “стріли” витонченої форми починалися від грудей, вигиналися й спускалися до талії, майже стикаючись у центрі спереду.

Такий крій надавав жінці XIX століття характерну форму, яка відрізнялася від прямокутної лінії сімнадцятого та вісімнадцятого століть. Його використовували для облягання передньої частини ліфа на початку двадцятого століття, хоча лінія пізніших корсетів змінила вигини [13].

Спідниці стали довшими, а ліфи та спідниці прикріплювалися та застібалися по центру спини. Спідниці продовжували збільшуватися в ширину і були позбавлені форми. Тонкі матеріали були зібрані на талії, але більш важкі були складені спереду та з боків і зібрані по центру спини.

Більш типовою була спідниця з воланами. Волани, які додавали ширини, були зібрані на базовій спідниці, починаючи трохи нижче рівня талії. Існувало багато їх варіацій — два чи три глибоких, або кілька коротших, або глибокий

верхній волан із коротшими внизу тощо. Силует все ще мав куполоподібну форму, але верх був більш плоским, а основа ширшою [13].

Жіноча сукня складалася з корсета, який був високим і прямим спереду і піднімався до точки позаду, де застібався, і носився поверх сукні з рукавами до ліктів і прикрашеними манжетами. У корсет був заправлений шарф з бахромою. Поверх нього одягали великий фартух з нагрудником, верхній край якого зазвичай був прикрашений і оборками.

Спідниці часто носили підгорнутими, щоб продемонструвати кольорові під'юбники та підкладки. Кепка була фатиною, гофрована по передньому краю, маківка зібрана та плоска вгорі. Поверх кашкету прийнято було одягати солом'яні капелюхи або насунуті очіпки з високими вінцями, прикрашеними чорними стрічками. У більш сучасні часи капелюхи, як правило, втрачали свою стильність і ставали більш ковшоподібними [13]. Чоловіки носять жилет і піджак, обидва часто мають широкі лацкани, бриджі та гетри. Звичайним взуттям є сандалі або сабо. У дев'ятнадцятому столітті носили різні головні убори, але найбільш типовими були великий плоский берет і чепчик, тобто шапка, схожа на мішок, що звисає на бік. Це типи, які були відроджені.

Строгі сюртуки замінилися на більш зручні піджаки, а жилети стають коротшими. Штани стали коротшими, більше функціональними. Незмінними лишилися темні кольори, але додалися акценти на аксесуари: гудзики, манжети, прикраси. Такий образ є найближчий до сучасного вигляду [13].

Романтизм був з ідеалізацією минулого й природного світу, формував моду через пишні силуети, готичні та середньовічні алюзії, багаті прикраси та пастельні кольори. Перші ознаки змін відбулися у середині XIX століття і були пов'язані з промисловою революцією, яка через масове виробництво поширила моду.

Естетика модного уявлення змінилася і створила більш природною лінію талії та силует у формі "S", який конструювався з допомогою нового корсету [6]. Вигнутий вигляд за допомогою корсетів вважався втіленням жіночої краси.

1.5 Порцелянова колекція

Епоха Модернізму постає одним з найважливіших витоків для дослідження трансформацій образів на модному показі Maison Margiela Artisonal 2024 [20]. Індустріальна революція у Великій Британії XVIII століття охопила континентальну Європу і внесла кардинальні зміни, через яку зросла продуктивність праці, розвинулася грошова економіка завдяки зростаючому поділу праці, вдосконалювалися технологія, розширилася торгівля. Ручна праця була поступово витіснена машинною, а через появу текстильних фабрик відбувся перехід від ремісничого до фабрично-заводського способу виготовлення одягу, що дозволило не лише знизити собівартість продукції, а й значно збільшити її обсяги. Без цих факторів широке поширення моди серед населення в цілому було б неможливим, а в міру того, як явище моди ставало більш демократичним, воно змінило погляди людей на моду.

У Франції, де мода вже давно виступає інструментом політичного та культурного впливу, ці процеси мали особливо глибокий резонанс. Париж, як центр високої моди, адаптувався до нових технологій і водночас почав втрачати елемент унікальності ручної роботи, яка раніше була ознакою розкоші та статусу.

Створення конфекційного одягу (*prêt-à-porter*) [6] поступово відкривало моду для ширших верств населення, а стандартизація виробництва сприяла формуванню нових типів споживача — масового і мобільного.

Мода початку XIX століття - це про розслаблений силует простоти істилю, де акцентом була висока талія, що створювала подовжений стрункий жіночий образ. Новий корсет, що починався трохи вище рівня талії, огортав кінцівки майже до колін; він потовщив талію і округлив контури [10].

Перша Світова війна змінила жіночий та чоловічий образ відповідно до нових реалій життя, які вимагали функціональності, простоти й практичності. Корсети, пишні криноліни, складні драпірування — усе це поступилося місцем прямим силуетам і вільному крою [12].

Жінки активно працювали у виробництві, медицині та транспорті, тому одяг мав бути зручним і дозволяти вільно рухатись. Зникла потреба в надмірному декорі та багат шаровості: одяг набув стриманої кольорової палітри — переважали сірі, темно-сині та чорні відтінки. Після війни ці зміни не тільки закріпились, а й стали символами нової епохи свободи та емансипації.

Із розвитком технологій виробництва фарфору почали створювати порцелянові ляльки, і найрозкішніші такі ляльки виготовляли у Франції та Німеччині. Вони мали надзвичайно деталізовані обличчя, скляні очі, справжнє волосся або перуки, й часто слугували не лише іграшками для дітей, а й демонстраційними моделями для модисток і кравчинь.

Втім, поширення модних журналів перетворило такі ляльки не на єдине джерело презентації моди [12]. Відтоді фарфорові ляльки використовували і як предмети колекціонування, і як зразки модного одягу. Вони носили мініатюрні копії актуального жіночого вбрання, демонструючи нові силуети, оздоблення та аксесуари.

У другій половині XIX століття ексклюзивні модні ідеї фіксуються за терміном *Haute couture* [10]. Якщо фактичне існування висококласних модних дизайнів існували протягом XVI-XVIII століть, то Чарльз Фредерік Ворт офіційно організував асоціацію паризьких кутюр'є "*Chambre Syndicale de la Couture Parisienne*" і сам закріпився в історії як батько високої моди, як Дизайнер, а не слуга що шиє одяг.

Чарльз Ворт створив і перший будинок Високої Моди в Парижі, а його колекції презентувалися череш шоу. Порцелянові, та, тим паче, дерев'яні ляльки остаточно залишилися в минулому, на подіумі тепер живі люди - живе мистецтво [6]. Відтоді увага концентрувалася не тільки на актуальному дизайні, але й на імені бренду, який прикрашав одяг на етикетці: модний Дім пропонував престижність і розкіш.

З моменту заснування Haute Couture час від часу з'являвся дизайнер одягу, який надзвичайно чутливий до змін моди в культурі, мистецтві та соціальному житті та має талант створювати нові лінії для їх інтерпретації.

Батько дизайнерів одягу - Поль Пуаре [7], відомий тим, що звільнив жінок від корсетів, запропонувавши натомість вільні сукні, що огортали тіло замість того, щоб його формувати. Його вільні сукні не лише змінювали форму тіла, але й ставали частиною більш широкої культурної революції, пов'язаної з емансипацією жінок. Пуаре ввів ідею "нового одягу", який не тільки виглядав красиво, але й викликав відгук у суспільстві. Його роботи стали проявом переосмислення ролі жінки в суспільстві.

Пуаре був першим дизайнером, хто почав мислити одяг як концептуальний акт. Він та його колеги переробили моду з практичного ремеслана культурний текст із відповідними до історичними та філософськими на той час контекстами.

Крах монархічних ієрархій, Світові війни і перехідні між ними періоди представили нові правила, де ідея індивідуальної особистості, розвиток субкультур, вільні прояви самовираження. Мистецтво початку XX століття загалом із естетичної краси перетворилося на ідеї, на текстове обґрунтування.

Він запропонував новий спосіб існування у світі через моду. Саме така концептуальність — у моді як ідеї, як жесті, як критиці традицій, експерименти з формою одягу, змінюючи пропорції, розбудовуючи уявлення про розположення талії, об'єму чи руху тканини — ця філософія присутня у творчості Модного Дому Maison Margiela.

РОЗДІЛ II

2.1 Постмодерні дослідження - колиска Будинку Maison

Margiela

Франція першої половини ХХ століття подарувала Поля Пуаре, Коко Шанель, Жана Пату, Іва Сен-Лорана Крістіана Діора, Жанну Ланвен, Ельзу Шіапареллі, Медлін Віонне та Мадам Гре. Ці імена відомі і впізнавані, бо вони вивели мистецтво моди, яке впливає на наше сьогодні.

Ці майстри задавати тренди свого часу і формували фундамент нового уявлення про красу та стиль. Мода столітньої давнини вже не вбачається нам “помпезною” та банально не практичною: вона стала близькою і зрозумілою і без потреби у дешифруванні. Безліч нових напрямків та революцій у мистецтві ХХ століття тягне за собою свободу інтерпретації. Свобода простежувалася і в еволюції самої моди: Haute Couture (Висока Мода), яка створювалася індивідуально на замовлення, розвинулася в додатковий і доступний варіант Prêt-à-porter (“готовий до носіння”) для широкого кола споживачів [7].

У Франції розвиток доступного дизайнерського одягу для середнього класу поширився у 50-ті - 60-ті роки ХХ століття. Одяг створювався відповідно до системи стандартних розмірів і була частиною масового виробництва. Знаки в одязі “XXS, XS, S, M, L, XL, XXL” відтоді є глобальним стандартом у моді. Таким чином, поряд з недоступними шедеврами Дизайнерські бренди виготовляли колекції, що були доступні ширшому колу людей [11].

Мода постмодернізму володіє надбаннями минулих епох. Наш час - це вільне змішання стилів різних епох під відомим виразом знайомим усім: “мода повертається, мода повторює себе”. Дизайнери експериментують з формою, матеріалами, та зі змістом, який формував епоху постмодернізму. Таким чином, мода від середини ХХ століття - це про революцію жіночого костюму від Yves Saint Laurent та Dior, про футуризм і поєднання міфологічних образів різних культур від Thierry Mugler та Kenzo, про “буквальне” презентування течій у

мистецтві через використання нестандартних для пошиття одягу матеріалів від Paco Rabanne, про вишукану корсетну класику від Azzedine Alaïa та Givenchy, та, нарешті про презентацію першого авторського образу від Жана Поля Готьє у 80-х роках ХХ століття.

Особлива увага у дослідженні образних трансформацій в сучасній французькій моді (на прикладі колекції Джона Гальяно 2024 року)» фокусується на досягненнях дизайнера Жана Поля Готьє [7]. Його творчість і спадок перевернули традиційні уявлення про естетику: переосмислення традиційної структури одягу виражається у виклику гендерним стандартам краси на прикладі чоловічої спідниці.

Підхід Жана Поля Готьє [15] напряду вплинув на подальше становлення бельгійського модельєра Міртіна Маржела [6]. Сам він є фундатором бренду Maison Martin Margiela у 1988 році, а у своїй ранній кар'єрі був асистентом Жана Поля Готьє в Парижі. Плідна співпраця сприяла розвитку експериментальності і виходу за межі звичної моди, використовуючи деконструкцію, що стало основою для подальшого індивідуального розвитку стилю Maison Margiela. Традиційні сприйняття краси трансформувалися до концептуальності спрощених форм і анонімності. Мартін Маржела пішов власним шляхом і від Поля Готьє і класичних уявлень краси до деконструкції комерційної привабливості і створення авангардних образів для кожної моделі [15,16].

З самого початку заснування у 1988 році бренд мав авангардні риси, а радикальність, концепції і антикомерційність стали провідними рисами до сьогодні. Базові знання пересічного глядача Maison Margiela концентруються на деконструкції, прихованих облич, драматичної гри моделей, арт-перформанс і анонімність [26]. Цей поверхневий перелік вимагає глибоких розкопок задля розуміння високої моди і дешифруванні образних трансформацій [16, 20,22].

Ми розділимо етапи існування Модного Дому Maison Margiela на такі етапи, де перший з них це час, коли бренд під проводом самого Мартена

Маржели (1988-2009) [16] . Особистість з перших модних показів стає анонімною: він не показується після шоу, не робить поклін і не проходить з усіма моделями. Він намагався змістити фокус з себе як дизайнера на його моду, його стиль. Відтоді він - “невидима людина моди”, яка не поширює про себе нічого у соціальні мережі і не має особистих світлин у великому обсязі в інтернет-просторі. Опис містить не всі модні покази, а лише ті що були знайдені на сайті модного журналу Vogue [39-86].

Весна 1993 - мінімалізм з елементами хаосного декору на речах. Весна 1995 - театральність на показі: ставалося, що моделі сиділи серед гостей і з початком показу моделі поверталися до справи аби робити справжнє шоу [40]. Осінь 1995 - анонімність автора перейшла до анонімних моделей, у яких на обличчі були маски з тканин, якими вони були ніби обв’язані [41]. Весна 1996 - моделі, крім схованого обличчя були взуті в іконічне взуття бренду Maison Margiela - Табі [42].

Колекція мала провокативний характер із деконструйованими шматками одягу, перебільшеними формами на напівголими силуетами. Осінь 1996 - в колекції стає можливим розпізнати обличчя моделей, та втім, верхня частина була прикритою. Колекція мала чіткі авангардні прояви: спотворення та трансформація образу через нестандартні збільшені елементи в одязі [43].

Весна 1997 - з одного боку - відкриті обличчя та використання обмежених кольорів натурального льону у світлих відтінках, а з другого - одяг виглядав так, ніби був незавершений: незавершені шви, нитки стирчать, одяг буквально навиворіт з надрукованою фразою “semi couture”, тобто зроблене декількома анонімними майстрами. Таким чином, тут присутня концепція анонімності як і дизайнера, так і його працівників. Ціллю стає зображення процесу і унікальності ручної праці, яка зазвичай залишається непоміченою у великій індустрії моди [44]. Осінь 1997 - колекція є відвертим урбаністичним перформансом, де хаотичне переміщення моделей по автобусам та вулиці створило справжній процес. Деякий одяг робився із кальки для лекал і

виглядали радше тимчасовим, а не готовим продуктом. Багатошарові силуети викликали відчуття недосконалості недороблених продуктів та мали на меті символічний жест проти модної індустрії ідеалізації як і моди, так і краси. Моделі були без подіумного макіяжу, вони були живими і таким чином підкреслювали, що мода є дослідження, а не комерційний продукт [45].

Весна 1998 - модний показ як аукціон: чоловіки у білих лабораторних халатах демонстрували речі на вішалках, без участі моделей. Одяг спочатку виглядав плоским — майже як абстрактні пласкі об'єкти, і лише відео-проекція показувала, як ці форми оживали на тілах у русі. На екрані демонструвалися кадри моделей, що вдягали ці речі, розкриваючи їхню справжню тривимірність. Метою було довести просту істину: тканина оживає тільки на людському тілі, одяг існує лише у взаємодії з людиною [46].

Осінь 1998 - ідея істинного призначення одягу презентується не на живих людях, а на ляльках у натуральний зріст людини. Вони були підвішені і намагалися відтворити модельну ходу. Маріонетки мали цілісний образ моделі і відтворювали людську фігуру з метою підкреслити абсурдність модно індустрії, де речі продаються, а не “живуть” на людях. Такий посил виражався у використанні пластику, який ніби слугував упаковкою моделі немов товар на продаж [47].

Весна 1999 - колекція припадає на 10 років існування модного дому і представила найдосконаліші хіти, які містили в собі іконічні дизайни та експерименти з минулих сезонних колекцій. Мартін Маржела вільно повертається до пам'яті минулих колекцій і презентував свою віру у плинність форми та еволюцію образу через повторне прочитання власних кодів [48].

Весна 2000 - спотворення реальності через масштаб: збільшений у розмірах базовий одяг, як-от тренчі чи бомбери прикрашалися такими ж здоровими у розмірі аксесуарами. Така маніпуляція розмірами підкреслювала химерність звичних для глядача уявлень про фігуру та саму посадку одягу на

тіло. Такі перебільшення висміювали стандартизовані ідеали, які легко спотворити чи втратити у світі комерції.

Контекст, у який була вписана колекція, це не класичний подіум, а знову шоу: моделі дефілювали на круглих столах і ходили по колу. Такий спосіб наближеності моделей до глядачів створив ефект звичайного повсякденного досвіду [49]. Осінь 2000 [50] - образи повторюють силуети та презентацію Весняної колекції 1999 року [48]. Дизайнер продовжив ту саму ідею, але вдосконалив сприйняття моди великих розмірів і зобразив більш акуратні та вишукані моделі.

Акцент на рукава та плечі набули більш гармонійних форм, але із відчуттям монументальності. Весна 2001 - роботи залишаються нестандартних розмірів, але тепер матеріал, з якого були виготовлені елементи одягу, були специфічні.

У колекції переважали вироби ручної роботи: з рукавичок створювалися сумки та жилети, а светри склалися зі шкарпеток. Присутній пошук дослідження краси у нестандартних образах: перебільшені речі “поглинали” модель через юбку, яка була розширена в талії. Руки моделей були захищені в юбках [51].

Осінь 2001 - показ відбувся у тому ж місці [52], де пізніше проведеться його колекція від кутюр і матеріал для дослідження Artisanal Collection 2024 - це тунель під мостом Олександра III в Парижі [20], де була така ж сама темрява та відлуння. Образи мали антигламурну естетику без страху виглядати недосконалими.

Колекція поєднувала непоєднуване і створило новий тип образу антиглянцевої іконічності, який був незалежний від канонів модної індустрії. Атмосфера точно передавала нічне столичне життя через гранж, чоботів до стегна, шовкові чоловічі халати, сукні з бахромою, поєднання розкішних елементів з грубою простотою.

Осінь 2006 - перформанс, де моделі не дефілюють, а стоять на міні-сценах поки позаду їх котить анонімний персонаж, який ніби вводить тимчасову моду в дію. Аксесуари були швидкоплинні: це були розфарбовані кубики льоду, які нібито заміняли діаманти, але точно сплавлялися на моделі, і стікаюча вода фарбувала одяг.

Візки з моделями стали алюзією сучасного суспільства, яке рухається за зовнішніми силами [53, 54]. Весна 2007

Осінь 2007 - працюють з деформацією, маскуванням, переоформленням простору людського тіла аби зобразити можливості деструктивної моди кардинально змінити уявлення та ідентичності про людину. Дизайнер навмисно не наслідував канони жіночої сексуальності і пропонував деформовані важко зчитуванні силуети.

Починаючи з весняної колекції 2007 року бренд окремо розробляє чоловічі колекції щосезону [55, 56]. Весна 2008 [57] - Осінь 2008 [58] - одне з найбільш інтелектуальних інтерпретацій тіла у сучасній моді. Через гру зі стретчевими тканинами, графікою і фрагментацією він створив образ нового постлюдського суб'єкта — гнучкого, змінного, невизначеного.

Суб'єкт постає ніби розбитим на частини, без єдиного центру і чіткої ідентичності . Весна 2009 - Осінь 2009 - останній рубіж присутності Мартіна Маржела, в яких він остаточно дематеріалізувався. Його моделі теж зникають: їхні обличчя приховані, а тілесність розмита. “Розчинення” дизайнера зчитується через приховування тіла і обличчя моделей, елементи одягу були незавершеними. Роздутість пропорцій і груба деконструкція тканин була підкреслена використанням перероблених або застарілих матеріалів. Ідея виокремлення матеріалів із секонд-хенду є наскрізною для бренду, бо саме так підкреслюється циклічність моди: смерть і відродження моди як явище [59, 60].

Перший етап Maison Margiela з Весняної колекції 1993 [39] року і до останнього показу Осінньої колекції 2009 року [59, 60] розгортає провідні ідеї бренду, які сконцентровані на соціальному дослідженні суспільства, тіла,

самосприйняття, споживання і циклічності моди. Філософські питання про те що ми бачимо, як ми бачимо та що з всього має значення стають важливими для дешифрування моди Мартіна Маржела [20].

Подіумні шоу показують відмову від культу краси, гламуру ті авторитетної ролі дизайнера як творця. Дизайнер не з'являвся публічно і не має великого списку інтерв'ю, а його моделі були різних вікових категорій. Розмиття межі між готовим одягом і незавершеним одягом, поєднання старих і нових стилей, природні і масштабовані розміру силуетів є основними бінарними опозиціями [16].

Семіотично Маржела перетворює моду на мову, яка не лише комунікує, а викриває власні коди. Його речі — це знаки, які не приховують свого статусу знаків. Топи у вигляді манекенів, принти, видимі шви, бірки, величезні розміри, пластикові обгортки — усе це матеріали, які не стільки "одягають", скільки вказують на саму систему моди, на механізми її функціонування як культури знаків.

У цьому сенсі він не просто дизайнер, а радше культурний теоретик у формі кравця. І якщо класична мода створює ілюзії, то Маржела ці ілюзії розкладає на частини, позбавляє ореолу й залишає лише кістяк знака - холодний, жорсткий, але чесний [8]. У 2009 році експеримент завершується і Мартін Маржела покидає бренд [16]. Його спадок - одяг, який став візуальним філософським текстом, що підважує віру в моду як систему ілюзій.

Спадщина Маржели - це архів не стилю, а мислення, що вимагає від глядача стати читачем, а від носія - співтворцем смислів. Його мода не говорить, вона ставить запитання - про матеріальність, про тіло, про сучасність, про присутність і відсутність. І саме в цьому полягає її радикальна, критична й надзвичайно актуальна сутність.

2.2 Деконструкція в філософії Maison Margiela

Роботи французького філософа Жака Дерріди описують феномен деконструкції [18, 19]. Деконструкція - це метод читання тексту, в якому смисли розщеплюються і нескінченно інтерпретуються. Філософська культурна течія виникла у 60-70 роках ХХ століття. Вона критикувала традиційне уявлення про мову, доводячи істину про те, що текст сам по собі містить внутрішні суперечності. Ідея фокусувалася на думці, що сенси ніколи не будуть завершеними і остаточно завершеними. Філософ розкладає сутність мови як феноменології і доводить, що приховане - це хаос і множинність смислів, посилаючись на інших філософів [18, 19, 21, 22]. У мистецтві, зокрема у моді, деконструкція проявляється у естетизації руйнуванні форм і порушенні канонів: порушення композиції, поєднання несумісних матеріалів та стилів, сумнівне ставлення до традиційних уявлень краси і гендеру, винесення прихованих елементів на світ [9].

Мартін Мержела розглядає [16] одяг як текст, який має бути прочитаний і дешифрований. Його образу не про споживання, а про дешифрування. Митець створює множинні тіні образів із таким же множинним значенням, яке розсипається на нескінченну міфологію: кожний шов - це мислення і пам'ять, кожна річ є текст, кожна форма нестабільна і не знає фінальної форми, бо постійно спотворюється. Отже, Мартін Маржела, подібно до Жака Дерріди [17], розкладає тіло (тіло як текст [17, 18, 19]) моди на фрагменти, виявляючи її приховані сенси.

Деконструкція у моді Maison Margiela проявляється у принципах крою і наданні деструктивних форм силуетам [20]. Це читається через те, що приховані елементи одягу навмисно вивернуті на поверхню. Ми бачимо те, що має бути прихованим у класичній моді: підкладки, нитки, прошиті строчки, рубці, максимізація нестандартних деталей через рвані шматки речей. Лібералізація філософського тексту (моди) приносить успіх безнадійній і

сумнівній ідеї з філософським змістом бренду. Крім стилю пошиття, моделі мають спаплюжену симетрію. Тіла моделей піддалися деконструкції: або видалені ребра, або штучне збільшення форм. Матеріали відповідають ідейній думці часу і пам'яті і являють собою: потерті старі речі, одяг із секонд-хенду і вінтаж [13]. Із колекції в колекцію відбувається також і само-деконструкція модного дому, яка максимально розкривається після відходу Мартіна Маржели [16].

Деконструкція фокусує свою увагу на багатозначному змісту філософської сутності. Дешифрування модного показу приводить до звільненню нескінченних міфологічних змістів в значень. Естетика нестандартності деконструє саму Моду і ставить під сумнів сталість і комерційність. Дешифрування модного показу є дослідженням тексту, такого ж самого, як і тексту Ж.Дерріди про нескінченне поле смислів і реконструкцій нових контекстів [17,18]

У період з 2009 по 2014 брендом Maison Margiela керує анонімна команда дизайнерів [16]. Перша колекція без участі засновника бренду здійснилася по розкладу і представила Весняну колекцію 2010 року. Це можна вважати поворотним моментом, де бренд на своєму історичному шляху імітує стиль без нагляду засновника. Перехідний етап має бути описаний через призму постмодерністських думок Ф. Джеймісона [21, 22] і Ж.Бодрієра [23, 24], а також постструктуралістський методології Р.Барта [1,2].

Криза бренду набула нового естетичного боку [16], в якому відбуваються трансформації архіву бренд. Вона відтворюється без автора і виставляється як імітація, де бракує філософської глибини і критичного навантаження. Команда наслідувала безпечний варіант, в якому вони працювали у межах архівної системи [16]. Асиметрія, недобудовані конструкції, вивернуті шви, гіпертрофовані плечі та напіврозпад одягу були із "присмаком" манірного копіювання без внутрішньої логіки та цілі. Такі ознаки розвитку моди відсилають до пастишу. Пастиш - термін, введений американським

літературознавцем Фредеріком Джеймісоном для опису культури постмодерну 90х років ХХ століття, в якій копія витісняє оригінал, а естетика залишається стилізованою, але позбавленою філософського навантаження [21, 22] .

Колекції Весна-Осінь 2009 об'єднали ключові елементи з попередніх колекцій. Моделі були із впізнаваним стилем закритого обличчя масками чи перуками, що підкреслювало анонімність і концентрацією на одязі. Деконструктивні вирізи одягу, додаткові накладки по тілу і тілесні боді виглядали тільки як механічне відтворення, як цитата пастишу. Модні коди минулого повторювалися, але точно не розвивалися. Архівна симуляція призвела до того, що наступні колекції презентували естетичну стилістичну поверхню моди без смислової глибини [59, 60].

Колекції Весна-Осінь 2010 мають такі ж самі риси, але більш не впевнені і розгублені, примітивні. Команда дизайнерів представила спробу відтворення стилю і концепції без розуміння істинної суті [61, 62].

Колекція Весна-Осінь 2011 була більш майстерною у грі з деконструкцією і застосуванням пастишу [63, 64]. Рік був наче реабілітацією, яка поєднувала чоловіче і жіноче. Чоловічий гардероб поєднувався з жіночим тілом. З одного боку це пряме поєднання елементів одягу, а з іншого - це інтелектуальна гра гендерів і ідентичностей [17, 18, 20].

Весна-Осінь 2012 - це кульмінація пост-маржелівського пастишу. 2012 рік став початком для моди від кутюр, яка має описуватися окремо. Колекції презентували навмисно незавершені і незафіксовані речі на моделях. Це прояв деконструкції, але досі ще без критичної глибини. Центральний фокус був на перебільшені форм, а саме: скульптурні плечі, чоловічі костюми підлаштовані під жіночу анатомію [65].

“Тіло” моди остаточно витіснено командою дизайнерів, а дух засновника перетворений на алгоритм, в якому був стиль без автора, а об'єкт без оригіналу. Цей рік презентував ще одну “смерть” Мартіна Маржела. Вона виглядала як театралізований жест, що втратив свій зміст і став естетикою без критики.

Феномен зникнення творця був описаний у есе “Смерть Автора” французького культуролога Ролана Барта [25]. Автор, як творець, визначається як функція письма, і не є носієм істини чи творцем знань. Автор є умовною точкою, з якої виходить текст. У контексті дослідження бренду Maison Margiela текст співставляється з модою [65, 66].

У світі моди роль дизайнера як автора також існує “смерть”. Перетворивши свою моду на тексти, які існуватимуть самі по собі вже без автора. Мода надалі трансформується під сприйняттям інших нескінченних інтерпретацій від інших дизайнерів чи глядачів. Таким чином, у 2009 році, коли Мартін Маржела залишив Maison Martin Margiela, бренд зіткнувся з досвідом смерті автора [16, 25]. Подальші колекції з 2009 по 2014 роки зображалися під статусом анонімності і незалученості у соціальних медіа чи інтерв'ю. Маржела з самого початку залишався анонімним, а його обличчя не було відоме публіці.

Автор перестає бути єдиним господарем тексту: ім'я бренду стає лише умовною позначкою, яка не має владою над інтерпретацією [16]. Унікальні авторські роботи перетворилися на цитати з архівів, які були переінтерпретовані групою анонімних дизайнерів, що відображає децентралізацію смислу. Фокус на архів нагадував характерний почерк творця бренду і став текстом, який сам себе переписує. Колекції стають текстом без остаточного значення, не намір чи сенс стає неможливим до розшифрування. Тут немає єдиного голосу творця, є лише тканина, що сплетене з цитат і архівних силуетів, та техніки з образами, що відсилають до тисячі джерел модної історії. Так проявляється смерть автора у моді, де значення народжуються не у намірі дизайнера, а в його сприйнятті публікою і поверхневим зчитуванням філософських глибини [25].

Весна-Осінь 2013. Прет-а-Порте зобразило бренд з довгоочікуваними знаками воскресіння: дизайн подіуму загорнутий у пластик та незавершеність розстанови деталей. Це створило ефект простору, що перебуває на стадії перебудови, як і сам бренд. Обрамлення “кричало” про незавершеність і

нестабільність, що і стало провідним у колекціях: нова гра з текстурами, прозорістю та багатошаровістю [69].

Маски з анонімності перетворилися на новий настрій з одночасною грою в приховане і доступне. Маски приховували ідентичності моделей, але підкреслювали ідею образу як тексту, який потрібно дешифрувати. Силуети зберегли асиметрію і деконструкцію, але були під віянням дадаїзму та сюрреалізму. Замість інтелектуальності бренд представив грайливість і абсурд. Колекція від кутюр Maison Margiela 2013 року стала маніфестом ідеї апсайклінгу та трансформації.

Це був другий сезон Artisanal, який виходив у форматі haute couture, і він продовжив дослідження матеріальності та текстур. Ключова відмінність полягала в тому, що бренд змушений був переосмислювати власні коди через підхід ремісничого відновлення: одним із центральних образів колекції стало цукеркове «хутро», створене з тисяч металевих обгорток, вишитих на шовковій основі. Цей образ став не лише демонстрацією технічної майстерності, а й візуальною метафорою: відходи, перетворені на високу моду, випадковість, яка набуває нової цінності [70].

Це був жест, який розширював межі кутюрного одягу, підкреслюючи одночасно його складність та іронічність. Колекція стала віддзеркаленням самої ідеї деконструкції: речі, які були «відновлені», ніколи не були цілісними, вони нагадували фрагменти — текстильні уламки минулого, переплетені в новий контекст. Процес збирання частин у нову цілісність став метафорою для стану самого Maison Margiela — дому, який намагався знайти свою ідентичність після відходу Мартіна Маржели.

Весна-Осінь 2014. Рік досліджував теми гендерної амбівалентності та деконструкції класичних силуетів: команда дизайнерів модного дому представила шоу, яке перетворило питання чоловічого та жіночого на театральний акт - на сцені зійшлися протилежності. Замість простої гри

маскулінного та фемінного, шоу стало дослідженням самої природи одягу як соціального коду, що може перетворюватися, зміщуватися та зникати.

Ця подвійність найяскравіше проявилася в образах, де чоловічі брюки з низькою посадкою відкривали мерехтливі труси, а масивне рожеве бюстє з паєтками з'являлося з-під строгого чорного пальта. Тут не було чітких гендерних кордонів, а лише їхні контури, розмиті іронією та натяками на історію моди.

Особливу увагу привернула сукня без бретелей у клітинку, що виглядала так, ніби була сконструйована зі штанів: пояс, застібка-блискавка, петлі для ременя - усе це нагадувало елементи чоловічого гардеробу, але в новому, звабливому контексті.

Maison Margiela запрошувала глядача переглянути свої уявлення про стабільність і незмінність модних кодів, перетворюючи одяг на текст, відкритий до множинних інтерпретацій [73, 74, 75, 76].

Період анонімних дизайнерів підтримувала характер бренду, яка без чіткої авторської ідеї перетворилася на цитатність, а модні покази були набором впізнаваних символів без сутнісного змісту. Ця епоха повторення без натхнення завершилося в жовтні 2014 року, коли на зміну дизайнерів бренд нарешті обрав нового креативного директора - Джона Гальяно, який очолював бренд з жовтня 2014 по грудень 2014 [16].

2.3 Методологія трактування моди Р.Барта

Вивчення модного одягу - вміння описати окремо та детально кожен зі структур: дію, образ, слово. Важливість вивчення структур окремо і потребує особливого аналізу, результатом якого являє собою знак. Одяг відсилає до єдиної реальності, проте він має неоднакову структуру за рахунок відмінності в матеріалах, форм, ліній, поверхонь, фарб, що робить дослідження нелінійним та дозволяє розпізнати історичні міфи.

Одяг зі словесного опису та одяг з фотознімку еквівалентні один одному за посередництвом реальної сукні, до якої вони обидва відсилають: так як вони є різними за матеріалами та структурою, так само володіють своїми особливими матеріальними відношеннями порівняно з реальним одягом. Одяг-опис не має практичної чи естетичної функції, а утворюється з метою сигніфікації: опис словами деякого одягу в журналах - зміст про Моду.

Мода - знакова система, де предметом аналізу є субкод французької мови та накладання слів на реальний одяг. Соціологія моди - це прийняття моди в масових масштабах через візуальний зміст модних журналів. Соціологія прагне систематизувати типи поведінки, співвідносячи їх із соціальним становищем, рівнем життя людей та їхніми ролями. Опис модного одягу є соціальним фактом, а структурний аналіз одягу-опису - це підґрунтя для обстеження реального одягу задля розбудови шляхів і ритмів розповсюдження реальної Моди [1].

Отже, семіологія одягу - це опис уявного, інтелективного одягу, що дає змогу розпізнати образи. Соціологія моди про реальний одяг, а семіологія розкриває комплекс колективних уявлень.

Специфічні відмінності опису

- Моди від літератури [1] – це: Імобілізація сприйняття (розпізнаваності) - скасування невизначеності сприйняття ока під час погляду на образ: той, хто дивиться, або розглядає фактуру паперу, або деталі одягу, аксесуари, що створює нестійкий смисл зображення, а текст скасовує свободу і

фіксує рівень дешифрування образу, робить вибір замість ока. Образ закарбовує можливості, а слово фіксує визначеність і спрямовує увагу на потрібне розшифрування.

- Пізнавальна - чіткі відомості про колір тканини (якщо це чорно-біла фотографія), про непомітні для очей деталі (оригінальний гудзик, лицьова петля), приховані елементи через площинний характер картинки. Мова доповнює образ знанням, де слова виконують дидактичну функцію - техніку відкриття незримого і можливість зрозуміти Моду конкретніше й об'ємніше, ніж на фотографії. Особливість також полягає в тому, що текст дає змогу оперувати дискретними поняттями (білизна, гнучкість, оксамитовість), а не фізично повними об'єктами.
- Емфатична функція - це дублювання опису елементів одягу, який можна чітко розгледіти на фотографії. У такий спосіб можна розглянути загальну інформацію та зорієнтувати сприйняття зорового образу в структурну форму: розкриття одягу в певному порядку, що передбачає певні цілі.
- Цілеспрямованість опису - це фіксація уваги для виявлення сутності Моді та спрямування пізнання одягу-образу опосередковано-специфічним пізнанням Моді.

Мода відкривається у зовнішній світ завдяки риторичі й перетворюється на ідеологію. Як зауважує Ролан Барт: "за допомогою риторичної мови Мода сполучається зі світом, бере відому участь у відчуженні та раціональному мисленні людей; але, як ми бачили, в цьому своєму русі до світу, в якому й полягає її процес конотації.

Мода також значною мірою і втрачає свою семантичність: знаки перетворюються на раціональні виправдання, означальний втрачає свою тонку дискретність, а означуване робиться невизначено-латентним". Синтаксичний характер вестиментарного знака: поєднання означуваного з означуваним. Воно має розглядатися з огляду на довільність і мотивацію: соціальну та природну.

Вестиментарний знак - повноскладова синтагма, утворена синтаксисом елементів, де єдність вестиментарного знака визначається одиничністю знакового відношення, а не одиничністю означального. Може містити кілька фрагментів означальних (комбінацій матриць і елементів самої матриці) і кілька фрагментів означуваних (комбінацій семантичних одиниць) [1].

Тобто лексикон Моди стає складнішим для розуміння: Моду не можна звести до номенклатури, знак не може зводитися до відношення між означальним і означуваним. Складність системи моди полягає в її нестійкості: щорічне оновлення та дія лише на короткий синхронічний відрізок, а також опозиції, які піддаються загальному та невпинному процесу нейтралізації [2].

Утворення знаку Моди - довільне і виробляється щороку під впливом масової культури і редакторів модних статей. Знак стає на перетині індивідуального задуму і колективного образу, він одночасно нав'язаний, але й затребуваний. Довільність проявляється не в розвитку, а зміні моди, а лексикон оновлюється щороку і складається заново.

У системи є також і помилка, що слідує за порушенням закону, а саме визначення Старомодності, і піддається моральному осуду. Встановлення мовного знака - договірний акт у контексті цілісної історії, а встановлення знаку Моди - тиранічний акт, гріх. Мотивація знаку - аналогія від образотворчої копії позначуваного предмета до абстрактного схематизму деяких сигналів. Знак утворюється не мотивацією, а своєю реляційно-диференціальною природою, але так само мотивація підводить нас до етики знакових систем, оскільки в цьому пункті система абстрактних форм змикається з природою, що дає змогу зануритися у світ реального одягу [1, 7].

1) Означуване є предметом одягу - піджак, що зображає із себе пальто, означуване піджак є відсиланням до формального архетипу пальто. Піджак-річ означає пальто-ідею.

2) Поняття гри - одяг грає в одяг і опосередковується особистістю та демонструє її в багату. Трансформуючи одяг, людина трансформує і свою душу.

Яскраве вираження у двозначності терміну ефект - казуальне та семіологічне значення на прикладі подвійного ряду гудзиків на пальто, що візуально створює глибину одягу. Отже, у Моді існує тенденція, в якій знакова система тягнеться до відносної вмотивованості. Висловлювання моди розвивають щорічну варіацію.

Перехресному обміну між денотативною ірреальністю та коннотативною реальністю відповідає інверсія знака та перетворення на раціональне виправдання, бо на цьому базується "натуралістичне" бачення одягу та світу, що утопічно та реально існують у контексті суспільства.

Суспільство вперто маскує систематичну природу, перетворюючи семантичні відносини назад на відносини природні та раціональні. Таким чином, відбувається одразу два процеси, протилежних і взаємодоповнювальних: сигніфікації та раціоналізації. Проте у світі Моди ці процеси стають частиною міфологічного поля, де тканина перетворюється на полотно, а форма — на символ.

Тут одяг набуває подвійної природи: він і захисник, і посередник, що переносить людину до умовного «сакрального лісу», простору, де мова матеріалу зустрічається зі знаковою системою образів. Це не просто спроба відтворення чи відображення дійсності, а її переказ, що існує за законами міфу.

У міфологічному наративі колекції Maison Margiela Artisanal 2024 [20] кожен образ стає перетином трьох світів: світу матеріалу, світу культури та світу індивідуального досвіду. Тканини, розірвані й відновлені, нашаровуються, як сторінки забутої книги, де кожен шов це знак, а кожна складка на одязі - розповідь.

Саме в цьому перехресті відбувається метаморфоза: текстиль стає текстом, одяг — наративом, а модель — носієм одночасно тілесного і символічного змісту.

2.4 Ера авангардного Бароко

2014 рік ознаменував початок ще одного трансформаційного етапу для будинку моди. Відомий своїм театральним баченням та майстерністю оповідання історій, Гальяно переосмислив естетику Maison Margiela, зберігши при цьому спадщину деконструкції та концептуального дизайну. Від колекцій Artisanal до інноваційної ініціативи “Recicla” [16], Гальяно представив нову мову розкоші, яка знайшла відгук як у критиків, так і у споживачів. Гальяно привніс свій особливий штрих до мінімалістичного коріння бренду, надавши йому відчуття драматизму та оповіді, які раніше були відсутні. Використовуючи фірмові прийоми бренду, такі як перепрофілювання вінтажних матеріалів, Гальяно розширив межі сталої моди. З кожним показом Гальяно трансформував філософію Margiela у сміливу заяву про творчість, інновації та силу переосмислення [74, 75, 76].

Одним із найпомітніших внесків Гальяно стало створення лінії Recicla, яка поєднувала одяг із вторинної сировини та високу майстерність. Ця ініціатива не лише відображала етос Марджела, але й відповідала зростаючому попиту на екологічність у моді класу люкс. У межах Recicla він використовував вінтажні тканини, переосмислював архівні речі та надавав їм нового життя через високе ремесло. Це не просто підтримувало спадщину бренду, а й ставило Maison Margiela на передову екологічної моди. Його лінія Artisanal [20] переосмислила кутюр, використовуючи нетрадиційні матеріали для створення візіонерських дизайнів: від скляних бісерів і старовинних прикрас до пластикових відходів і кристалів Swarovski.

Це було більше, ніж просто мода — це було мистецтво у чистому вигляді, де кожен образ розповідав історію, а процес створення ставав частиною фінального результату. Гальяно використовував методи апсайклінгу, що перегукувалися з початковою філософією Марджели, але підніс їх до рівня високого мистецтва [16].

РОЗДІЛ ІІІ

3.1 Візуальна символіка Ролана Барта в образах Джона Гальяно

в «Maison Margiela Artisanal Collection 2024»

Тридцятихвилинний показ Джона Гальяно в «Maison Margiela Artisanal Collection 2024» [16] насичений знаками, які впорядковані автором і адресовані глядачеві. Крім аудіовізуального та естетичного змісту, сюжетний (хореографічний) потенціал доносить нам через образи порцелянових ляльок справжнє повідомлення і повне розуміння ідеї автора. Образ порцелянаної ляльки [29] є втіленням людської природи вмінню надягати маску і грати концепцію прихованого обличчя, яке ми транслюємо іншим.

1) За методологією Ролана Барта [1, 2] ми визначили, що той, хто відправляє повідомлення – це прагнення автора (Джона Гальяно) викласти сюжет з особистим стилем, насиченість знаками та їхня обмеженість у певних межах (сцена - підвальне приміщення під мостом) - завершений запас знаків, що всередині своєї системи рухливий, і в кожному елементі впізнаване опосередкування психоаналізу. Ролан Барт вказує, що естетична цінність фільму ("Моди") [20] залежить від дистанції, яку автор зумів витримати між формою і змістом знака, не виходячи при цьому за межі інтелігібельності. Глядачі показу сидять за барними паризькими столиками, а дехто може сидіти на підлозі, ледь не торкаючись. Образів - вузький простір і взаємодія Образів Джона Гальяно наочно показує про те, що утопічна реальність існує і буквально торкається живих глядачів. Учасники фактично стають частиною міфу. Таким чином, локація викликає образ підсвідомості з прихованим і невидимим підземним виміром, де образи оживають. Міст є символом перебування між двома світами: реальним і уявним, свідомим і несвідомим.

2) Той, хто отримує повідомлення - розуміння знаку залежить від того чи іншого ступеня культури. Глядацька еволюція також дотримується різноманітності вікової категорії, глядач у показі стає частиною шоу. Питання

щодо поколінь та сприйняттям Образів Джона Гальяно залишається відкритим, але аудіовізуальний глядач помітить, що публіка наповнена використанням смартфонів для відеозапису Образів. Це є також і наочним прикладом нової соціальної залежності в потребі бути і показуватися в соціальних мережах, ілюзорно створюючи візуалізацію вибіркового показу життя. Утопічні створені ідеальні життя та залежність від соціальних мереж і відсторонення від реального життя до забуття або напівзабуття - ще одне значуще та впізнаване в бурлескних Образах, які контактують із глядачем під час показу. Глядачі стають посередниками між сценічною утопією та своєю аудиторією у соціальних мережах, формуючи ілюзорні образи та модифіковану реальність [20].

Означальне - місце розташування, декорації, костюм. Показ має інтенсивну пояснювальну функцію - вимога введення глядача в курс незнайомих справ. Жива музика на показі - заданий темп і також частина показу. Комбінаторне - злиття означальних воєдино зі своїм власним синтаксисом у ритмі: жести моделей, гості показу і декорації. Означуване - ідея, концептуальний характер, що існує в пам'яті глядача. Означуване актуалізує і називає, але не визначає. Елементи знакового процесу зображені в усьому тому, що перебуває у фільмі (показ Джона Гальяно [20]) і має актуалізуватися в ньому. Означуване - це певний стан персонажа або його стосунки з іншими: впізнаваність у показі гендерного питання, прийняття самоідентичності, природна натуральність і сексуалізація людських тіл. Отже, за зовнішньої видимості свободи та природності водночас і обов'язково, і обмежено: відмова від умовності тягне за собою неминуче дотримання природності. Отже, парадокс примушує безперервно винаходити нові слова, алене дозволяє створити жодного абстрактного поняття

3.2 Структурний аналіз відеопоказу

Відеопоказ Maison Margiela Artisanal Collection 2024 є колекцією від кутюр. Показ презентований у повноцінній кінематографічній поемі на 30 хвилин і 3 секунди про мистецтво самоідентичності і зчитуванні історичних трансформацій [20].

Глядач споглядає не “дивну, нестандартну, незрозумілу” Моду, а відчуває присутність міфологічних витоків. Ми, глядачі, стаємо прямими учасниками чи то ритуалу, чи то сновидіння. Структурний аналіз дозволяє дослідити не лише образні трансформації в сучасній французькій моді, а й те, як це об’єднується в наратив.

Так ми можемо розуміти кінематографічні засоби які були застосовані у відеопоказі: візуальні, аудіальні та кінематографічні. Розклад відео на окремі складові дає змогу дешифрувати сенси кадрів, кольорову палітру, музику, живий виступ, хореографію моделей і приховану символіку перформансу.

Через аналіз структурних елементів можна зрозуміти, як Гальяно переосмислює історичні та міфологічні мотиви, що робить його показ не лише модною демонстрацією, а й повноцінним мистецьким висловлюванням:

1. Початок (00:00 - 03:06) - музичний виступ Lucky Love (французький митець Люк Брюєр) з його піснею “Now I Don’t Need Your Love”. Виступ починається з темряви у підвальному приміщенні повним контрастів освітлення тіней, а слова пісні [див. Додаток 15] надають глядачеві достатньо інформації для усвідомлення відмови від залежності до гендерних стереотипів та сучасних стандартів краси. Пісня має відтінок квір-культури, що резонує з сучасними тенденціями до визнання гендерної різноманітності, небінарності та самосприйняття.

Образ самого Lucky Love відповідний: із “жіночого” він одягнений утугий чорний корсет, а з “чоловічого” - класичні брюки та піджак, який здається на декілька розмірів більший. Міфологічний образ співака є втіленням

гендерної флюїдності і гармонії протилежностей. Така трансформація усвідомлення відбулася через пошуки особистісної цінності без підтвердження чи схвалення з боку інших. Текст пісні наголошує головного героя обирати себе себе, та залишити, ймовірно, токсичні стосунки. Ідея вибору себе відображає істинну свободу особистості.

Фрази з тексту лірики "Me, Myself and I" вказується на самотність, яке не є трагедією чи вироком, а стає джерелом внутрішньої сили та самореалізації. Таке народження, а точніше переродження міфологічного Фенікса з пеплу, спалює минуле і, у випадку Л.Браєра, відроджується як незалежна особистість. "Long days, bright lights, I won't come home" - світ яскравого, але самотнього міста, що символізує свободу, але також і ризик залишитися наодинці, що можебути метафорою для світу моди та шоу-бізнесу, де свобода пов'язана з невизначеністю. "My lips are silk, my ass is fire" - метафора тілесної краси, але також і впевненості у своїй сексуальності, що символізує святкування тіла як джерела сили. "I've worked so hard to please you all" - ознака соціального тиску і прагнення відповідати очікуванням інших, що типово для світу моди та мистецтва. І, нарешті, "Now, I'm better on my own" - завершальна теза, що символізує емансипацію та особистісне зростання.

Ідея самопізнання та дослідження себе резонує з образами моделей. Геройні моделі презентують глядачеві свою ініціацію у свободу і самосприйняття. Музичний виступ почався із темряви, перетворився у Світло, тобто у музичний виступ, і завершився темрявою. Такий ефект сновидіння можна інтерпретувати як транс, у який глядач вдало потрапляє. Гра світла і тіней та чоловіче і жіноче є ритуалом очищення через відмову від стереотипів і звільнення від обмежень. Lucky Love, у такому випадку, має сприйматися як шаман, який вдало завершив ритуал, та посвятив глядача у світ Maison Margiela

2. Ритуальне запрошення на подорож (03:06 - 08:00) Оповідач, наче магічний провідник душ у трансі, прямо занурює глядача у світ Maison

Margiela. Він веде глядача нічним Парижем, пливе з нами по Сені, та запрошує сісти у машину з порцеляною лялькою.

Після контакту з першим магічним ритуальним предметом - лялькою, глядачеві відкриваються видіння з моделлю через ще один магічний предмет - дзеркало. Саме через це дзеркало глядач переноситься душею у модель, яка одягнена тільки у корсет та брюки, точно як Л.Браєр. Глядач перетворився на персонажа, який на своєму шляху має невпевнену ходу, імпульсивний біг та часте озирання назад.

Ми можемо припустити, що наступний етап ініціації, це шлях. Глядач проходить випробування і озирається, аби бути впевненим у тому, що він дійсно вільний, аби бігти не від себе, але від норм та гендерних стандартів суспільства. Це втеча не лише від фізичного переслідування, а від тиску норм, гендерних очікувань та соціальних масок. Озирнутися назад — це не просто страх бути спійманим, а потреба переконатися, що минуле справді залишилося позаду.

Під час етапу усвідомлення глядач зупиняється і контактує з парою - чоловіком і жінкою, які танцюють, втілюючи образ традиційної «нормальності». Спроба наблизитися до них завершується конфліктом: їхній світ не приймає «іншого». Це символічна бійка з соціальними непорушними стандартами, що намагаються змусити героя підкоритися.

Реакція перетворюється на агонію, а замість тривожної музики присутне виття вовків, яке завершує звірячу трансформацію моделі. Звуки виття вовків пронизують ніч, що означає заклик до пробудження первісної, звірячої сутності, що прихована всередині кожного. Герой розуміє, що він - не частина натовпу, а вовк, що має йти власним шляхом. Його агонія — це очищення від страху бути «іншим», бо він теж частина природи і світу.

Усвідомивши себе, герой зустрічає іншу самотню модель, якій передає прикраси, що містять у собі магічні знання та підтримку самоідентифікації. Цей етап свідчить про таємничу зустріч та передачі знань. Віднині він стає провідником для інших і має силу передавати амулети тим, хто потребує

допомоги та підтримки. Герой пройшов свою ініціацію, завершивши ритуал вільною та впевненою ходою у соціум - модель метафорично та прямо зриває з себе маску на обличчі та зайвий одяг і біжить на подіум, аби якомога скоріше на весь світ моди впевнено презентувати нового і впевненого у собі Себе. Подіум перетворюється на арену, де він, як і кожен, хто пройшов ініціацію, має право бути тим, ким є.

Ця коротка частина модного відеопоказу є ритуалом подорожі головного героя, який проходить ініціацію та знаходить себе. Таким чином, відображення в порцеляновій ляльці символізує ідеали краси, які спочатку здаються ідеальними, але згодом стають тягарем. Вовче виття нагадує про первісні інстинкти свободи, які завжди залишаються частиною людини, навіть під тиском соціальних норм. Конфлікт із парою, що танцює, це протистояння індивідуальності та колективної норми, а передача прикрас - знак спадкоємності знання та підтримки тих, хто обирає шлях свободи.

3. Модний показ від кутюр (08:00 - 30:03) відбувся під мостом Александра III у ніч першого повного місяця 2024 року. Аура локації та планетний контекст відкривають межу між реальним і потойбічним, між світлом і пільмою. Першими з-за завіси тіней з'являються провісники - моделі, чиї обличчя сяють, мов порцелянові маски. Це можуть бути душі, що шукають визнання, що блукають між світом ілюзій і правди. Їхній макіяж це дзеркало бездоганності, але їхні лялькові неприродні рухи ніби нагадування про крихкість ідеальної поверхні. Моделі вже виконали ритуал одягання і створили готову композицію себе. Вони використали своє тіло як полотно і створили зовнішній вигляд, який вражає внутрішній світ та форми емоцій.

Моделі рухаються, ніби підкоряючись таємничій музиці, що тремтить у повітрі. Їхні костюми — не просто вбрання, а шати ритуальних служителів: корсети, що стискають деконструктивне тіло, нагадують кайдани, а прозорі тканини граються з ілюзіями. Кожен крок це не просто дефіле, а акт очищення.

Комунікація глядачів і моделей на відеопоказі очевидна. Ми бачимо, як моделі нахиляються до гостей, ніби запрошуючи їх приєднатися до трансю.

Деякі гості подають руку моделям, аби допомогти перейти до іншої сцени. Між моделями відбувається таємничий танець: одні простягають руки до інших, але їхні жести залишаються незавершеними. Вони наближаються один до одного, ніби шукаючи порозуміння, але віддаляються, мов примари. Це боротьба з масками, які кожен носить, зі страхом бути викритим.

Світло то спалахує, то гасне, створюючи ілюзію марення, де кожна модель - це лише відображення іншої. Глядач, який дешифрує образи також стає прямим учасником подій. Це відбувається через руйнацію четвертої стіни, коли деякі моделі заглядають точно у камеру, аби контактувати з онлайн глядачем також.

Час - це ще один провідник, який довершив усю таємничу загадковість показу. Як і кожен міф, модний показ Maison Artisanal 2024 має свої чутки. Шоу запізнилося на годину через непогоду, а саме дощ і туман. Це стало своєрідним подарунком паризької ночі, яка подарувала гостям психоделічне відчуття схожості з роботами Брассаї [32]. Єдність контекстів створило глибокий мистецький ритуал, який через майстерність і кінематографічні засоби розкриває теми самоідентичності, протистоянню соціальним усталеним стереотипам і міфологічних трансформацій. Дизайнер створив простір для рефлексії над гендерною флюїдністю та внутрішньою силою особистості. Показ стає актом мистецтва і культурним текстом, що резонує з сучасними тенденціями і викликами суспільства [8].

3.3 Міфологічні пошуки в образах Джона Гальяно в «Maison Margiela Artisanal Collection 2024» через дослідження історичних ритмів

Після історичного аналізу простежування міфів моди від революції до революції та ознайомлення із «Системою моди» Ролана Барта [1], ми можемо визначити, що елементи зміни моди прослідковуються і здаються регулярними, а в образах Джона Гальяно точно впізнаваними.

За методологією Ролана Барта Мода має дві темпоральності: час власне історії, що є регулярним здалека, та час пам'яті, що є анархічним зблизька.

Ролан Барт бере за основу перший опис темпоральності, що була частково вивчена Альфредом Кробером. Він вивчив дві речі: те, що історія не впливає на процес моди, а видозмінює через історичні потрясіння (у нашому випадку - революції) [1,2] , і те, що ритм зміни моди є регулярним і має тенденцію чергувати форми в раціональному порядку. Тобто, в масштабі досить тривалої протяжності мода характеризується впорядкованістю, що проявляється в еволюції з двох боків: дискретність, тому що мода проходить через виразні пороги, та ендогенність, тому що не можна стверджувати генетичну залежність між формами і контекстом.

Історичне дослідження відбувається у зміні ритму, який залежить від системи. Опис Кробера століттями тому відповідає реаліям XXI століття, оскільки за його дослідженнями, ритм Моди, за нашими спостереженнями, справді виявився заблокованим і не змінюється роками, за винятком варіацій [21]. У наших додатках видно різницю століть, але деформовані міфи простежуються в кожному образі Джона Гальяно.

Ми дослідили, що показ Джона Гальяно підпадає під опис не темпоральності, а його протилежності, доповнення: мікродіахронії. Ця друга темпоральність набуває своєї індивідуальності завдяки щорічному циклу Моди,

що розвивається брендом Maison Margiela щороку, і тим самим характеризується інтенсивною варіативністю та впізнаваним стилем.

Оскільки методологія Ролана Барта [1] підходить під дослідження щорічних показів самого бренду Maison Margiela [16], ми зосередимося на міфологічному пошуку схожих силуетів з історії. Історичне передбачення моди здається ілюзорним, але що більше узагальнений одяг, то виразніші його зміни. Для пошуку міфологій в образах Джона Гальяно ми знайшли таку схожість:

- Стоячий комір жінок та закриті груди в часи Реформації (див. Додаток 11) - Шия в образах Джона Гальяно частково репрезентувалася в сучасний комір, а груди відкриті або силуетно виражені через кольори (див. Додаток 1: look 43, look 40, look 22, look 24).
- Берети чоловіків Реформації (див. Додаток 6, Додаток 8) - Берети в чоловічих образах Джона Гальяно (див. Додаток 1: look 1, look 5, look 10, look 16, look 20, look 23, look 29, look 31, look 32).
- Мініатюрні акуратні капелюхи жінок Реформації (див. Додаток 8, Додаток 9, Додаток 10) - трансформація мініатюрності в хаотичне злиття перуки в жіночих образах Джона Гальяно (див. Додаток 1: look 21, look 22, look 24, look 25, look 26, look 27, look 28, look 30).
- Відокремлення верхньої частини від спідниці у жінок часів Реформації (див. Додаток 10, Додаток 11, Додаток 12) - Відокремлення верхньої частини від спідниці в образах Джона Гальяно (див. Додаток 1: look 2, look 3, look 4, look 6, look 7, look 8, look 9, look 11, look 13, look 15, look 17, look 22, look 24, look 40, look 41, look 42, look 43)
- Колір Франції епохи Реформації білий - головний іконічний жіночий образ Джона Гальяно - білий (див. Додаток 1: look 43).
- Незручні, сковані рухи Контрреформації - репрезентація в «дивних» рухах усіх образів Джона Гальяно на показі.
- Незручне взуття в ім'я індульгенції в Італії (див. Додаток 11) - високі підбори в усіх жіночих образах (див. Додаток 1).

- Переформатування пишних силуетів Іспанської моди Францією (див. Додаток 10, Додаток 11, Додаток 12) - Сучасне бачення помпезності і декоративності Іспанської моди (див. Додаток 1: look 19, look 21, look 26, look 43).
- Бездоганні перуки розквіту бароко (див. Додаток 13) - метамодернізм натуральності у жіночих образах Джона Гальяно (див. Додаток 5, Додаток 1: look 2, look 3, look 4, look 6, look 7, look 8, look 9, look 11, look 13, look 15, look 17, look 18).
- Локони перуки при дворі Короля-Сонця, Регенстві і Рококо - виразні локони іконічних жіночих образів Джона Гальяно (див. Додаток 5, Додаток 1: look 40, look 41, look 42, look 43).
- Винайдення негліже в Рококо (див. Додаток 14) - відверта прозорість в жіночих образах Джона Гальяно (див. Додаток 2, Додаток 3, Додаток 1: look 2, look 3, look 4, look 8, look 13).

Отже, число модних елементів велике і, ймовірно, можна досліджувати більше і глибше, але ми показали і порівняли частину прикладів, які видно неозброєним оком.

Барт зазначає [1], що на міфічному сучасному рівні мода презентується як безцільна і для непосвяченого погляду є інтуїтивною творчістю, вираженням пошуку нових форм. Міф віддзеркалює реальність точно навпаки - мода є порядок, а Джон Гальяно представив безлад, який здійснив перетворення реальності на міф за допомогою риторики моди. одна з функцій риторики моди - сплутувати спогади про моду минулого, дискредитувати терміни минулої моди та ейфоризувати терміни моди теперішньої, а в нашому конкретному випадку - модного показу. Мода Джона Гальяно занурюється в безлад і показує нам актуальність у формі новизни. Так, на прикладах ми можемо показати ці відмінності між міфом і реальністю:

- Засудження Яном Гусом жінок [6], що носять одяг глибокий и широкий у частині грудини, що висунута наперед (див. Додаток 8, Додаток 9, Додаток 10)

- Джон Гальяно репрезентує глибокий и широкий одяг у частині грудини (див. Додаток 1: look 24, look 27, look 28, look 30, look 43).

- Заборона на «диявольські» труси від богослова Андреаса Мускулуса [6]
- Створення штучного волосся у зоні геніталій, прозорість тканини та відсутність нижньої білизни (див. Додаток 1: look 8, look 13, look 27, look 28, look 30).

- Пишність сорочок, піджака та штанів у чоловіків Реформації (див. Додаток 8) - Відсутність верхнього одягу (див. Додаток 1: look 1, look 34), пальто замість піджака чи накидки (див. Додаток 1: look 5, look 10, look 12, look 16, look 29) у чоловічих образах Джона Гальяно.

- Розрізані прості черевики для комфорту (див. Додаток 7, Додаток 8) - Брендіві черевики «Табі» від бренду Maison Margelia [16] (див. Додаток 16, Додаток 17, Додаток 1: look 1, look 5, look 10, look 12, look 14, look 16, look 20, look 23, look 29, look 31, look 32, look 33, look 34, look 36).

- Борода є модою в часи Реформації (див. Додаток 8, Додаток 9 - Усі чоловічі образи Джона Гальяно без бороди [20] (див. Додаток 1: look 1, look 5, look 10, look 12, look 14, look 16, look 20, look 23, look 29, look 31, look 32, look 33, look 34, look 36).

- Білий колір обличчя як символ моди і краси - максималізоване чисте і блискуче обличчя в образах Джона Гальяно як сучасне бачення краси (див. Додаток 1).

Отже, Ролан Барт описує в методології трансформацію, яку ми показали на прикладах схожості та навпаки - кардинальних відмінностей. Це конфлікт, що постійно протиставляється одне одному.

Трансформація залежна від постійної структури, тобто першооснови, яка поєднується з варіацією [7]. Ми досліджували на прикладах використання одягу минулого і в показі Джона Гальяно бачимо результат - нову створену мову виробництва - знак.

3.4 Метафори денотативних образаів Джона Гальяно в «Maison Margiela Artisanal Collection 2024»

Нескінченна метафора моди - це утворена модною конотацією крайня диспропорція між числом означальних і означуваних, де означуване - сама Мода, а означувані - означувані множини у вигляді всіляких варіацій одягу і механізм нескінченної метафори.

Метафоричний процес закладений у висловлюваннях про Моду, де описується одяг. Таким чином, "Мода може визначатися лише сама через себе, оскільки Мода - це всього лише те, що Мода оголошує такою" - стверджує Ролан Барт [1].

Між означальниками і означуваними відбувається спустошення від усякого змісту без втрати позначення. Таким чином, річ стає означальником - фактом цього становлення. Мета семантичної системи - ухильність, рясно вироблюваного нею смислу, що виявляється в рефлексивній діяльності уявної моделі - формальної логіки.

На основі методології ми дослідили, що Мода (Maison Margiela Artisanal Collection 2024 [20]) - результат нескінченної варіації однієї й тієї самої тавтології, якої дотримувалися в часи Реформації, Іспанській моді (1550-1618), Тридцятирічній війні (1618-1648), Моді за часів Людовика 14 (1646-1716), Регентство (1715-1730), Рококо (1730-1760), Мода за часів Людовика XIV (1760-1790), Французькій Революції.

Отже, Мода - беззмістовна, але не безглузда, адже Мода прагне встановлювати відносини еквівалентності, а не істини. Вона прагне підтримати смисл, не фіксуючи його. Замість чіткого прямого сенсу - функція видовища і майстерність робити незначуще значущим. Сутнісний статус "власнелюдського" полягає в завданні розкрити тому, хто дивиться, в речах значення, але не сенс.

Мода (Maison Margiela Artisanal Collection 2024) - через зрілість образів, перформанс акторської майстерності, місця проведення показу та загальний антураж дає змогу розгледіти значущі підказки в елементах:

- підвальне місце розташування під мостом - у повторному усвідомленні швидкості життя у відчутті річкових хвиль, у відчутті ходи людей мостом, у здатності почути мотори машин, помітити урбаністичну проблему урядів у нездатності застосувати достойне рішення архітектурним будівлям замість занедбаного стану. Натхнення на хаос міського диму можна помітити в культових фотографіях Парижа в роботах Brassая.
- сексуалізація чоловіків і поняття про чоловіче тіло - близько 10 хвилин із повних 30 хвилин - гендерне значення, де від самого початку шоу показується насичення напівоголеним тілом уже не жінки, а чоловіка.
- образ із парасолькою - знову гендерне значення, або романтизація паризької моди, де під час вивчення картин і модних начерків різних століть буде видно, що зламана чорна парасолька - тавтологія на стандартизацію парасольок тільки в руках у жінки.
- множинні образи чоловіків, закутаних у пальто - гендерне значення сучасного чоловіка та ознаки перегляду самоідентичності себе як особистості. Приховане під пальто - невідомо, але видно відкриті гомілки. Після проходу "впевнених у собі" чоловіків, з оголеними грудьми, туго затягнутим корсетом і модифікацією ребер.
- корсетні вироби і нашарування спеціально зістарених тканин - деконструкція європейського одягу 17-19 століття і натхнення фотографією портретиста Хорста Пауля Борманна
- макіяж парцелянної ляльки - гіперреалістична скляна блискуча шкіра, відполірована до стану ідеальності та сюрреалістичного ефекту.
- вуалі жінок - у значенні гротескної ненатуральності та побоювання в неспроможності контролювати макіяж, що наноситься, у повсякденній

реальності. Це карикатурний елемент, натхненний художником-фовістом і Кейсом Ван Донгеном.

- штучне волосся, створене вручну - це повноцінні акценти на концентрації любові та прийняття жіночого тіла і нормалізації природної неголеності жінок, що були натхненні скасуванням ненатуральності, соціальним тиском і хибним уявленням. Естетична частина та ідея - жіночі оголені фотолистки Прекрасної епохи кінця ХІХ - початку ХХ століття.
- Розкриття системи в зовнішній світ через конотацію призводить себе до розпаду. Двочастинна система Моди постає дзеркалом, що відображає дилему сучасної людини: щойно знакова система наповнюється - неминуче перевантажується, перероджується і спотворюється.

Так, ми бачимо нитки, що стирчать (див. Додаток 1: look 1, look 10, look 12, look 19, look 20, look 22, look 23, look 24, look 25, look 26, look 31, look 32, look 33, look 35, look 36, look 39 і look 7) - не новий прийом у дизайні одягу, алетакий, що наочно нагадує нам про дилему одягу - вибір щодо кількості або якості матеріалів, що буде актуальним завжди.

Мода являє собою аристократичну модель, на яку в сучасному світі впливають сили демократизації. У багатьох образах можна знайти ще один знаковий елемент, який відображає проблему сучасного світу не тільки з боку Моди, а й соціальної, екологічної проблеми: Мода як масовий феномен, що споживається за посередництвом багатотиражних видань масових маркетів.

3.5 Реальна утопія в утопічній реальності Джона Гальяно в «Maison Margiela Artisanal Collection 2024»

Риторика та її конотація відповідає процесу ідеологічної інверсії, коли реальність набуває зворотного вигляду. Функція риторичної системи - перетворювати системно-семантичну природу на раціональне виправдання. Риторична діяльність антисистемна, і з'єднання зовнішнього світу з одягом вона робить предметом повсякденного дискурсу наслідками, схожістю і словом - усілякими псевдологічними відносинами.

Робота душі у сновидінні: - є сновидіння (див. Додаток 1: look 1-43), що мобілізує елементи первинної семантичної системи (від епохи Ренесансу до 1890-х.), але пов'язує їх у формі оповіді (Maison Margiela Artisanal Collection 2024), де синтагматика затьмарює глибину системи. Результатом є перехресний обмін між реальним та уявним, а через свою надзвичайність (сучасні теми про перегляд гендерів, питань щодо прийняття себе та ідентифікацію особистості, сексуалізацію, національність, екологічні проблеми) стає можливим і утопічним.

На термінологічному рівні семантичні одиниці «Штучний волосяний покрив на одязі в районах геніталій», «Демонстрація оголених частин тіла», «Екстремальність затягнутих корсетів» - є фрагментами реального світу, але ці фрагменти вже носять перехідно-ілюзорний характер, тому що реальний світ не дає жодної мирської санкції при співвідношенні «Штучного волосяного покриву на одязі в районах геніталій» і «Макіяжу порцелянової ляльки». Тобто, таке співвідношення не здійснюється в рамках реальної системи, отже, на своєму буквальному рівні реальність Моди (Maison Margiela Artisanal Collection 2024) утворюється з стверджуваності, а саме - з неймовірності.

За методологією Ролана Барта про утопічну реальність і реальну утопію ми дослідили, що: порівняно з такою "ірреальністю" термінологічної системи модна риторика парадоксальним чином виявляється більш «реальною»,

оскільки вона входить до внутрішньо пов'язаної ідеології, що залежить від реальності цілого суспільства.

На прикладі заяви на термінологічному рівні, що «Цей макіяж порцелянової ляльки підходить для Штучного волосяного покриву на одязі в районі геніталій», - це сухе твердження, невідчужуване через свою непрозорість.

Таким чином, ми можемо презентувати завершений варіант: «Мистецтво артистизму, хореографії, технік шиття і драпірування, штучний волосяний покрив на одязі в районах геніталій, демонстрація оголених частин тіла, екстремальність затягнутих корсетів і завершення Моди через новаційний діджиталізований макіяж порцелянової ляльки - підсумковий образ візуалізації метамодернізму».

Приклад є пов'язуванням опису одягу з цілісною ситуацією, водночас уявною та істинною в сенсі сновидіння.

Отже, термінологічний (денотативний) рівень - це рівень утопічної реальності, де в реальному світі немає вестиментарного лексикону, але при цьому присутні його елементи - окремо зовнішній світ і окремо одяг. Риторичний рівень - рівень реальної утопії, бо цілісність риторичної ситуації сходить до реальної історії. Ролан Барт також завершує пояснення підсумком:

«...у Моди є зміст тільки на риторичному рівні; розпадаючись, система Моди якраз і розкривається у світ, відчужується й «олюднюється», символічно зображуючи тим самим засадничу двоїстість усякої свідомості реальності: не можна говорити про реальність, не відчужуючись у ній, свідомість - це співучасть».

ВИСНОВКИ

Сучасна мода є складною системою візуальних кодів, у якій поєднуються історичні алюзії, архетипи та постмодерні практики. На прикладі колекції «Maison Margiela Artisanal 2024» Джона Гальяно дослідження виявило трансформації, що відбуваються на перетині міфологічного, культурного та візуального. Ці трансформації свідчать про глибоку потребу сучасного суспільства в переосмисленні історичної пам'яті через мову моди.

Об'єктом нашого дослідження виступила мода в образах Джона Гальяно для показу Maison Margiela Artisanal 2024 — як приклад сучасного художнього жесту, що відбувається у просторі моди, але виходить за межі її суто функціонального виміру. У межах цього було проаналізовано як візуальну побудову образів, так і їхню сценічну репрезентацію, взаємодію з глядачем, локальну сценографію та музичний супровід — усе те, що творить єдиний художній простір показу.

1. Дослідження природи модного образу Джона Гальяно на прикладі модного показу Maison Margiela Artisanal Collection 2024 унаочнило, що сучасний модний образ є не лише естетичним явищем, а й складною візуально-семіотичною структурою. Гальяно створює образи, які функціонують як трансформовані візуальні знаки, що поєднують у собі історичні алюзії, культурні архетипи, театральну тілесність та міфологічну символіку. Це є трансформованим візуальним знаком, зокрема у тому сенсі, що він включає в себе механізми культурної пам'яті, інтерпретуючи одяг як багатосаровий текст. Колекція 2024 року демонструє, як за допомогою жесту, фактури, композиції й пластики тіла створюється новий модний наратив, де одяг перестає бути просто функціональним предметом, а перетворюється на носій значень — метафор, символів і навіть міфів. Трансформація образу відбувається не лише на рівні зовнішньої форми, але й у культурному контексті — через інтертекстуальні зв'язки з історичним костюмом, міфологією, ритуалом і перформансом. Таким чином, модний образ у колекції Джона Гальяно постає як візуальний міф, що

функціонує в межах театралізованого дійства та вимагає культурологічної інтерпретації. Це підкреслює його природу як знаку, що постійно оновлюється й адаптується, віддзеркалюючи соціальні, естетичні та філософські пошуки сучасності.

2. У контексті сучасної моди Джон Гальяно має свою, на відміну від інших, стратегію, яка полягає у створенні багат шарового візуального нарративу, де мода постає як міждисциплінарний простір, що поєднує міф, перформанс, культурну пам'ять та філософські концепти. Його підхід ґрунтується на деконструкції одягу, театралізації модного показу та використанні образів як трансформованих знаків, які взаємодіють із глядачем не лише через форму, а й через символічну насиченість. Д.Гальяно презентує моду не як утилітарне явище, а як мову, здатну до глибокого культурного висловлювання. Він звертається до історичних стилів — бароко, рококо, романтизму, модерну — не для їх імітації, а для створення нового модного коду, що активує архетипічні й візуальні структури минулого в контексті сучасності. Як зазначено у дослідженні, Artisanal Collection 2024 функціонує як сценічне дійство, де одяг перетворюється на носій інтертекстуальних смислів і символічної пластики

3. Колекція Maison Margiela Artisanal Collection 2024 Джона Гальяно постає як візуальний текст, що реалізує себе через міфопоетичну та театралізовану модну мову, у якій одяг виконує функцію знака, а показ — функцію перформативного ритуалу. Такий підхід розкриває не лише естетичні, але й культурологічні і міфологічні аспекти моди, в яких значення формується на перетині історії, архетипу, жесту і символу. Міфопоетичність колекції виявляється у відтворенні й трансформації культурної пам'яті: образи, представлені на подіумі втілюють алузії на колективну європейську візуальність, зокрема барокову, готичну й середньовічну естетику. Гальяно використовує одяг як інструмент візуального переказу, де кожна деталь (фактура, силует, декор, крій) має іконологічну насиченість і потребує інтерпретації. Театралізованість колекції проявляється не лише у зовнішній

ефектності, а в деконструкції тіл, у пластичності руху, музичному оформленні, освітленні та сценографії, що разом створюють сценічний простір для символічного дійства. Гальяно, подібно до режисера, вибудовує показ як інтермедіальний перформанс, де модель — це не манекен, а носій наративу, а одяг — не предмет, а медіум сенсів.

4. У показі в побудові міфологічного модного образу значна роль відводиться сценографії, музиці, пластиці, оскільки саме ці елементи створюють цілісний простір візуального й емоційного впливу. У колекції Maison Margiela Artisanal Collection 2024 Джона Гальяно ці компоненти функціонують як семіотичні інструменти, які і супроводжують одяг контекстами, і формують його сенс на рівні візуального тексту та ритуалу.

Сценографія у колекції виконує роль сакралізованого простору, в якому мода виходить за межі подіуму й перетворюється на сцену культурної пам'яті: освітлення, тіні, ефекти задимлення й архітектурні структури створюють відчуття іншої реальності, наближеної до сну або міфу. Це занурення в інший часовий і просторовий вимір підсилює архетипічний характер образів, які не просто демонструються, а «відбуваються» як події, як акти пам'яті та трансформації.

Музика у показі виконує функцію афективного кодування — вона активізує емоційне сприйняття й спрямовує глядача до певного стану свідомості сучасних соціальних тенденцій. Подальший саундтрек побудовано як звукову драму, яка супроводжує рух моделей і розгортає наратив. Музика підкреслює метафізичну глибину образів, ритмізує їхню появу та зникає в кульмінаційні моменти, наголошуючи на переході між архетипами. Вона не лише доповнює показ, а й формує звуковий контекст, у якому модний образ резонує з глядацьким сприйняттям.

Пластика тіла виконує функцію мови образу, у якій жест замінює слово. Моделі рухаються не стандартно, а ніби в межах хореографованої драми — їхні

пози, хода, нахили голови й положення рук є частиною образу старих порцелянових ляльок, які були першими поделями.

Атмосфера показу, створена через інтеграцію всіх зазначених складників, формує трансцендентний простір міфу, у якому глядач стає учасником переживання події. Це атмосфера містичного напруження і тиші перед розкриттям істини — вона супроводжує моделі як тіні минулого, що ожили у сучасному контексті.

Таким чином, сценографія, музика, пластика тіла й атмосфера у показі *Artisanal Collection 2024* виконують роль не додаткових, а системоутворювальних елементів у побудові трансформованого модного образу. Завдяки їм образ функціонує не лише як візуальний артефакт, а як сценічна подія, де одяг стає знаком, а мода — міфом, що переживається наживо, і переживається онлайн кожний раз при перегляді шоу.

5. Аналіз візуального ряду колекції *Maison Margiela Artisanal Collection 2024* Джона Гальяно потребував міждисциплінарного підходу, що поєднує семіотичний, іконологічний та культурологічний інструментарій.

У межах семіотичного аналізу модні образи розглядаються як знакові структури, що функціонують у межах власної системи значень. Кожен елемент — фактура тканини, колір, крій, силуети, аксесуари, елементи деконструкції або об'ємність одягу — виконує роль знака, який має денотативне й конотативне навантаження. Наприклад, деформовані силуети, вигнуті спini, моторошні текстури тканин означають не просто тіло, а тіло як подію, як травму, як трансформацію, що апелює до концепцій Р.Барта, Ж.Дерріди і Д.Джеймісона.

Іконологічний підхід дозволяє розглядати візуальні образи як такі, що несуть символічне та архетипове навантаження. У колекції Гальяно активуються мотиви народного і міського костюмів, середньовічних канонів, барокової величі й біблійних алюзій.

Культурологічний підхід дозволяє розглянути колекцію як текст культури, в якому втілені історичні, соціальні та філософські контексти. Візуальний ряд

колекції спирається на культурну пам'ять: алюзії на іспанське бароко, революційні уніформи, криноліни XIX століття, а також постмодерні концепти деконструкції одягу. Д.Гальяно трансформує культурні коди, вписуючи їх у сучасні тенденції. Колекція читається як критичний коментар до тем влади, ідентичності, тіла, травми й пам'яті. Тут мода — це медіум філософського висловлювання, який ставить питання, а не дає готові відповіді.

Отже, застосування семіотичного, іконологічного та культурологічного аналізу до колекції Artisanal 2024 унаочнило, що візуальний ряд Джона Гальяно є не лише дизайнерською роботою, а знаковою системою, архетипним зображенням і культурним висловлюванням водночас. Такий комплексний підхід дає змогу розглядати моду не як поверхневу естетику, а як складну форму мислення.

Дослідження підтвердило, що образи Гальяно функціонують як багатопланові культурні тексти, де денотація та конотація співіснують із символічними структурами архетипу, а сама мода стає медіумом філософського й культурного осмислення. Через гру з формою, жанром, матеріалом і контекстом, Maison Margiela 2024 створює модель візуального мислення, у якому старе і нове зливаються в єдину естетичну площину.

Таким чином, результати доводять, що сучасна мода здатна не лише повторюватися або прикрашати, але й створювати нові системи інтерпретації культури. Показ Maison Margiela 2024 є прикладом актуального культурного свідчення, який через образи, міф і деконструкцію відкриває нові горизонти візуального ідентифікування, естетичної пам'яті та концептуального мислення.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Barthes R. *The Fashion System*. New York: Hill and Wang, 1983. First Edition. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://archive.org/details/fashionsystem00bart/page/n5/mode/2up> (дата звернення: 10.06.2024).
2. Barthes R., Lavers A. *Mythologies*. Twenty-fifth printing. 1991. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://archive.org/details/rolandbarthesannettelaversmythologieszlib.org/page/n1/mode/2up> (дата звернення: 9.06.2024).
3. Kybalova L., Herbenova O., Lamarova M. *De grote encyclopedie der mode*. Praag, 1966. С. 155–578.
4. Robert-Sterkendries M. *Pillen en posters*. Brussel, 1996. С. 5–313.
5. Петрова І.В. *Метамодернізм як культурологічна концепція*. 2020. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/348036325_METAMODERNIZM_AK_KULTUROLOGICNA_KONCEPCIA (дата звернення: 20.06.2024).
6. Macrell A. *An Illustrated History of Fashion: 500 Years of Fashion Illustration*. London: V.T. Batsford, 1997. С. 24–136. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://archive.org/details/illustratedhisto0000mack_g4j3/page/n3/mode/2up (дата звернення: 22.06.2024).
7. Gereie V. *Borderless Fashion Practice. Contemporary Fashion in the Metamodern Age*. London and Oxford, 2023. С. 13–135.
8. Paoletti B. *Sex and Unisex. Fashion, Feminism and the Sexual Revolution*. Bloomington, 2015.

9. Starmanns M., Petrie L. *Changing Fashion. The Clothing and Textile Industry at the Brink of Radical Transformation. Environmental Rating and Innovation Report*. Zurich, 2017. С. 7–30
10. Barnard M. *Fashion Theory: A Reader (Routledge Student Readers)*. London, 2020. С. 757–782.
11. Newman E.L. *Palgrave Studies in Fashion and the Body*. London, 2023. С. 193–22
12. Kawamura Y. *Fashion-ology. Fashion Studies in the Postmodern Digital Era*. London, 2023. С. 1–210.
13. Waugh N., Woodward M. *The Cut of Women's Clothes, 1600–1930*. New York, 1968.
14. Sapir E. *Fashion* // In: Seligman E.R.A. (ed.). *Encyclopedia of the Social Sciences*. Vol. 6. London, 1931. С. 139–144.
15. Chenoune F. *Jean Paul Gaultier*. Paris, 1992–1993. С. 10–190.
16. Margiela M.M., Gaultier J.-P., Frankel S., Putman A., Beecroft V. *Maison Martin Margiela*. Paris, 2009. С. 1–368.
17. Derrida J., Дар смерті (част. 1) // *Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. Серія: Теорія культури і філософія науки*. 2002. № 552/1. С. 120–152 / Lane, Y.O., Azarova (переклад з фр.).
18. Derrida J. *Le Parjure et le pardon: Volume I, Séminaire (1997–1998)*. Paris, 2019.
19. Derrida J. *Le Parjure et le pardon: Volume II, Séminaire (1998–1999)*. Paris, 2020.
20. Margiela M. *Maison Margiela Artisanal Collection 2024* [Електронний ресурс] // YouTube. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=DgMJq67ZOwE&t=649s> (дата звернення: 05.06.2024). – Назва з екрана.

21. Jameson F. *The Ideologies of Theory. Essays 1971–1986. Vol. 1: Situations of Theory*. Minneapolis, 1988.
22. Jameson F. *The Ideologies of Theory. Essays 1971–1986. Vol. 2: The Syntax of History*. Minneapolis, 1988.
23. Baudrillard J. *System of Things = Le système des objets*. Paris, 2001. [Оригінальне видання: 1970].
24. Baudrillard J. *Consumer Society = La société de consommation: ses mythes et ses structures*. Paris, 2006.
25. Barthes R. *The Death of the Author*. Paris, 1967.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ

25. Vogue. The Story Behind John Galliano's Viral 2024 Maison Margiela Show. YouTube. (URL: <https://www.youtube.com/watch?v=jOdtkFbW3qM>) (дата звернення: 05.06.2024)
26. HauteLeMode. THAT MAISON MARGIELA FASHION SHOW EXPLAINED (why it made us feel something again). YouTube. (URL: <https://www.youtube.com/watch?v=0JiS1WgQYs8>) (дата звернення: 06.06.2024)
27. Giannon G. (WWD). Maison Margiela Couture Spring 2024. Collections. 2024. (URL: <https://wwd.com/fashion-news/shows-reviews/gallery/maison-margiela-couture-spring-1236155207/maison-margiela-couture-spring-2024-7/>) (дата звернення: 05.06.2024)
28. Pauly A. The secret to Maison Margiela's «Porcelain doll» makeup costs less than a latte. 2024. (URL: <https://www.highsnobiety.com/p/margiela-couture-2024-makeup/>) (дата звернення: 05.06.2024)

29. van Dongen K. Portrait de Fernande. 1877–1968. (URL: <https://www.mutualart.com/Artwork/1877--1968-PORTRAIT-DE-FERNANDE/8183C299C5EB6A8A>) (дата звернення: 07.06.2024)
30. Horst P. Corset by Detolle for Mainbocher. 1939. (URL: <https://www.artsy.net/artwork/horst-p-horst-corset-by-detolle-for-mainbocher>) (дата звернення: 07.06.2024)
31. Britannica (The Editors of Encyclopedia Britannica). Brassai. (URL: <https://www.britannica.com/art/drawing-art/Coloured-crayons>) (дата звернення: 07.06.2024)
32. The Editors of Encyclopedia Britannica Article History. Crinoline. (URL: <https://www.britannica.com/topic/crinoline>) (дата звернення 20.06.2024)
33. Meredith R.W., Gatesy J., Cheng J., Springer M.S. *Pseudogenization of the tooth gene enamelysin (MMP20) in the common ancestor of extant baleen whales*. 2010. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3049022/> (дата звернення: 20.06.2024).
34. Syafruddin D., Rjedy Mardasari O., Amirah R.F., Alfaraby M.S. *Werthertracht: Literature, Fashion, and Youth Resistance in the Late 18th Century Germany*. 2023. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.atlantispress.com/proceedings/isolec-22/125985705> (дата звернення: 20.06.2024).
35. Torres S. *Maison Margiela Visual Brand Report*. 2021. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://issuu.com/samueltm/docs/sam_maison_margiela_report (дата звернення: 20.06.2024).
36. Cortese I. *Secreti della signora Isabella Cortese ne' quali si contengono cose minerali, medicinali, arteficiose, & alchimiche*. 1665. National Central Library of Rome. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://archive.org/details/bub_gb_vFDC6-OujnsC/page/n27/mode/1up (дата

звернення: 19.06.2024).

37. Fury A. *Why John Galliano's Astonishing Margiela Show Will Change Fashion Forever*. [Електронний ресурс] // *AnOther Magazine*. – Режим доступу:

<https://www.anothermag.com/fashion-beauty/15383/john-galliano-maison-margiela-ss24-artisanal-show-review-couture> (дата звернення: 21.06.2024).

38. Friedman V. *Maison Martin Margiela Spring 1993 Ready-to-Wear*. *Vogue*. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-1993-ready-to-wear/maison-martin-margiela> (дата звернення: 08.05.2025).

39. Friedman V. *Maison Martin Margiela Spring 1995 Ready-to-Wear*. *Vogue*. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-1995-ready-to-wear/maison-martin-margiela> (дата звернення: 08.05.2025).

40. Friedman V. *Maison Martin Margiela Fall 1995 Ready-to-Wear*. *Vogue*. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-1995-ready-to-wear/maison-martin-margiela> (дата звернення: 08.05.2025).

41. Friedman V. *Maison Martin Margiela Spring 1996 Ready-to-Wear*. *Vogue*. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-1996-ready-to-wear/maison-martin-margiela> (дата звернення: 08.05.2025).

42. Friedman V. *Maison Martin Margiela Fall 1996 Ready-to-Wear*. *Vogue*. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-1996-ready-to-wear/maison-martin-margiela> (дата звернення: 08.05.2025).

43. Friedman V. *Maison Martin Margiela Spring 1997 Ready-to-Wear*. *Vogue*. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-1997-ready-to-wear/maison-martin-margiela> (дата звернення: 08.05.2025).

44. Friedman V. *Maison Martin Margiela Fall 1997 Ready-to-Wear*. *Vogue*. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-1997-ready-to-wear/maison-martin-margiela> (дата звернення: 08.05.2025).

45. Friedman V. *Maison Martin Margiela Spring 1998 Ready-to-Wear*. *Vogue*. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-1998-ready-to-wear/maison-martin-margiela> (дата звернення: 08.05.2025).

46. Friedman V. *Maison Martin Margiela Fall 1998 Ready-to-Wear*. *Vogue*. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-1998-ready-to-wear/maison-martin-margiela> (дата звернення: 08.05.2025).

47. Friedman V. *Maison Martin Margiela Spring 1999 Ready-to-Wear*. *Vogue*. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-1999-ready-to-wear/maison-martin-margiela> (дата звернення: 08.05.2025).

48. Friedman V. *Maison Martin Margiela Spring 2000 Ready-to-Wear*. *Vogue*. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2000-ready-to-wear/maison-martin-margiela> (дата звернення: 08.05.2025).

49. Friedman V. *Maison Martin Margiela Fall 2000 Ready-to-Wear*. *Vogue*. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2000-ready-to-wear/maison-martin-margiela> (дата звернення: 08.05.2025).

50. Mower S. *Maison Martin Margiela Spring 2001 Ready-to-Wear*. *Vogue*. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2001-ready-to-wear/maison-martin-margiela>

[-margiela](#) (дата звернення: 08.05.2025).

51. Mower S. *Maison Martin Margiela Fall 2001 Ready-to-Wear*. *Vogue*. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2001-ready-to-wear/maison-martin-margiela> (дата звернення: 08.05.2025).

52. Mower S. *Maison Martin Margiela Spring 2006 Ready-to-Wear*. *Vogue*. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2006-ready-to-wear/maison-martin-margiela> (дата звернення: 08.05.2025).

53. Mower S. *Maison Martin Margiela Fall 2006 Ready-to-Wear*. *Vogue*. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2006-ready-to-wear/maison-martin-margiela> (дата звернення: 08.05.2025).

54. Mower S. *Maison Martin Margiela Spring 2007 Ready-to-Wear*. *Vogue*. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2007-ready-to-wear/maison-martin-margiela> (дата звернення: 08.05.2025).

55. Mower S. *Maison Martin Margiela Fall 2007 Ready-to-Wear*. *Vogue*. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2007-ready-to-wear/maison-martin-margiela> (дата звернення: 08.05.2025).

56. Mower S. *Maison Martin Margiela Spring 2008 Ready-to-Wear*. *Vogue*. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2008-ready-to-wear/maison-martin-margiela> (дата звернення: 08.05.2025).

57. Mower S. *Maison Martin Margiela Fall 2008 Ready-to-Wear*. *Vogue*. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2008-ready-to-wear/maison-martin-margiela> (дата звернення: 08.05.2025).

58. Mower S. *Maison Martin Margiela Spring 2009 Ready-to-Wear*. *Vogue*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2009-ready-to-wear/maison-martin-margiela> (дата звернення: 08.05.2025).
59. Mower S. *Maison Martin Margiela Fall 2009 Ready-to-Wear*. *Vogue*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2009-ready-to-wear/maison-martin-margiela> (дата звернення: 08.05.2025).
60. Mower S. *Maison Martin Margiela Spring 2010 Ready-to-Wear*. *Vogue*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2010-ready-to-wear/maison-martin-margiela> (дата звернення: 08.05.2025).
61. Mower S. *Maison Martin Margiela Fall 2010 Ready-to-Wear*. *Vogue*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2010-ready-to-wear/maison-martin-margiela> (дата звернення: 08.05.2025).
62. Mower S. *Maison Martin Margiela Spring 2011 Ready-to-Wear*. *Vogue*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2011-ready-to-wear/maison-martin-margiela> (дата звернення: 08.05.2025).
63. Mower S. *Maison Martin Margiela Fall 2011 Ready-to-Wear*. *Vogue*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2011-ready-to-wear/maison-martin-margiela> (дата звернення: 08.05.2025).
64. Mower S. *Maison Martin Margiela Spring 2012 Menswear*. *Vogue*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2012-menswear/maison-martin-margiela> (дата звернення: 08.05.2025).

65. Mower S. *Maison Martin Margiela Spring 2012 Ready-to-Wear. Vogue*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2012-ready-to-wear/maison-martin-margiela> (дата звернения: 08.05.2025).
66. Mower S. *Maison Martin Margiela Fall 2012 Ready-to-Wear. Vogue*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2012-ready-to-wear/maison-martin-margiela> (дата звернения: 08.05.2025).
67. Phelps N. *Maison Martin Margiela Fall 2012 Couture. Vogue*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2012-couture/maison-martin-margiela> (дата звернения: 09.05.2025).
68. Furniss J. *Maison Martin Margiela Spring 2013 Ready-to-Wear. Vogue*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2013-ready-to-wear/maison-martin-margiela> (дата звернения: 09.05.2025).
69. Phelps N. *Maison Martin Margiela Spring 2013 Couture. Vogue*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2013-couture/maison-martin-margiela> (дата звернения: 09.05.2025).
70. Phelps N. *Maison Martin Margiela Fall 2013 Ready-to-Wear. Vogue*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2013-ready-to-wear/maison-martin-margiela> (дата звернения: 09.05.2025).
71. Blanks T. *Maison Martin Margiela Fall 2013 Couture. Vogue*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2013-couture/maison-martin-margiela> (дата звернения: 09.05.2025).

72. Phelps N. *Maison Martin Margiela Spring 2014 Ready-to-Wear. Vogue*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2014-ready-to-wear/maison-martin-margiela> (дата звернения: 09.05.2025).
73. Blanks T. *Maison Martin Margiela Spring 2014 Couture. Vogue*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2014-couture/maison-martin-margiela> (дата звернения: 09.05.2025).
74. Phelps N. *Maison Martin Margiela Fall 2014 Ready-to-Wear. Vogue*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2014-ready-to-wear/maison-martin-margiela> (дата звернения: 09.05.2025).
75. Blanks T. *Maison Martin Margiela Fall 2014 Couture. Vogue*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2014-couture/maison-martin-margiela> (дата звернения: 09.05.2025).
76. Blanks T. *Maison Margiela Spring 2015 Couture. Vogue*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2015-couture/maison-martin-margiela> (дата звернения: 09.05.2025).
76. Blanks T. *Maison Margiela Fall 2015 Couture. Vogue*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2015-couture/maison-martin-margiela> (дата звернения: 09.05.2025).
77. Blanks T. *Maison Margiela Spring 2016 Couture. Vogue*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2016-couture/maison-martin-margiela> (дата звернения: 09.05.2025).

78. Blanks Т. *Maison Margiela Fall 2016 Couture. Vogue*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2016-couture/maison-martin-margiela> (дата звернения: 09.05.2025).
78. Blanks Т. *Maison Margiela Spring 2017 Couture. Vogue*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2017-couture/maison-martin-margiela> (дата звернения: 09.05.2025).
79. Blanks Т. *Maison Margiela Fall 2017 Couture. Vogue*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2017-couture/maison-martin-margiela> (дата звернения: 09.05.2025).
80. Blanks Т. *Maison Margiela Spring 2018 Couture. Vogue*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2018-couture/maison-martin-margiela> (дата звернения: 09.05.2025).
81. Blanks Т. *Maison Margiela Fall 2018 Couture. Vogue*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2018-couture/maison-martin-margiela> (дата звернения: 09.05.2025).
82. Blanks Т. *Maison Margiela Spring 2019 Couture. Vogue*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2019-couture/maison-martin-margiela> (дата звернения: 09.05.2025).
83. Blanks Т. *Maison Margiela Fall 2019 Couture. Vogue*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2019-couture/maison-martin-margiela> (дата звернения: 09.05.2025).

84. Raven H. *Maison Margiela 2024 春夏 Artisanal 系列*，眼前的戲劇化，是耗時九個月，獨屬於 *John Galliano* 的美. *Heaven Raven*. [Електронний ресурс].

– Режим доступу:
<https://www.heavenraven.com/2024/01/28/maison-margiela-artisanal-2024-spring-couture/> (дата звернення: 16.05.2025).

85. Edwards S. *How the 'father of haute couture' revolutionised fashion*. *BBC News*. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://www.bbc.com/news/articles/ckg712j4314o> (дата звернення: 16.05.2025).

ДОДАТКИ

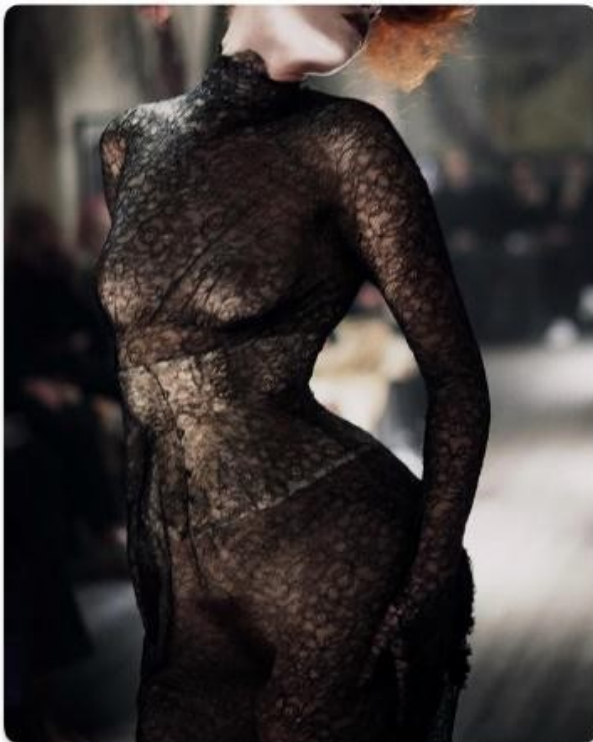
Додаток 1. Колекція образів Maison Margiela Artosanal 2024 [20].

<https://wwd.com/fashion-news/shows-reviews/gallery/maison-margiela-couture-re-spring-1236155207/maison-margiela-couture-spring-2024-7/>





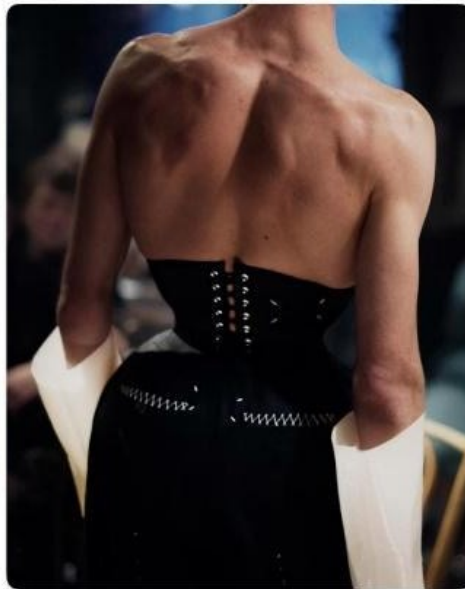
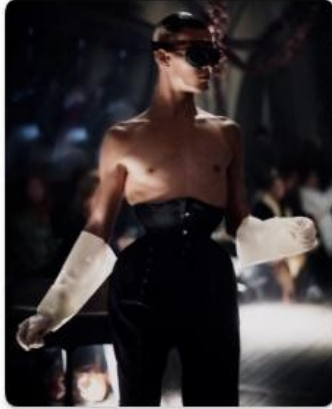
Додаток 2. Деталізація жіночої і чоловічої моди на Maison Margiela Artisanal Collection 2024 [20].



Додаток 3. Деталізація жіночої моди на Maison Margiela Artisanal Collection 2024 [20].



Додаток 4. Деталізація чоловічої моди на Maison Margiela Artisanal Collection 2024 [20].



Додаток 5. Деталізація жіночого і чоловічого макіяжу на Maison Margiela Artisanal Collection 2024 [20].



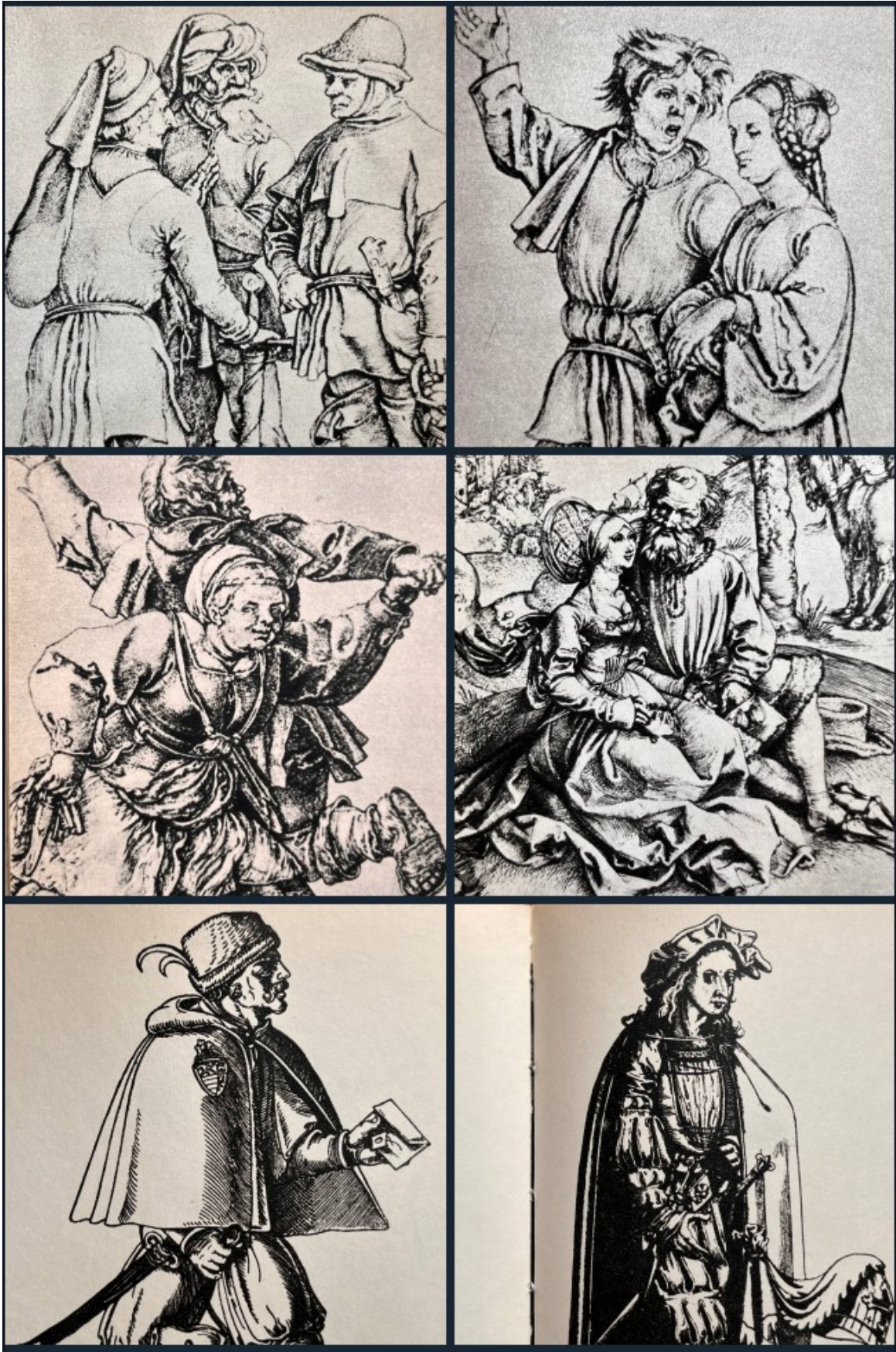
Додаток 6. Чоловічі берети XVI ст. [6].



Додаток 7. Чоловіче взуття XVI-XVII ст. [6]



Додаток 8. Чоловіче та жіноче вбрання XVI ст. [6].



Додаток 9. Французька мода XVI ст. [6].



Додаток 10. Французька мода XVI ст. [6].



Додаток 11. Французька мода XVI ст. [6].



Додаток 12. Іспанські котурни XVI ст. [6].



Додаток 13. Французька мода XVIII ст. [6].



Додаток 14



Додаток 15. LUCKY LOVE. Now I Don't Need Your Love [Електронний ресурс] // YouTube. – 2023. – Режим доступу:

<https://www.youtube.com/watch?v=abcd1234efg>. (дата звернення 15.05.2025)

Додаток 16. Чоловіче взуття “Табі” від Maison Margiela. [Men's Tabi Shoes | Maison Margiela](#).

Додаток 17. Жіноче взуття “Табі” від Maison Margiela. [Women's Tabi Shoes | Maison Margiela](#).