

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ
ТА ДИЗАЙНУ
Факультет дизайну
Кафедра мистецтва та дизайну костюма

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему

Проектування колекції чоловічого та жіночого одягу на основі дослідження
феномену архівної моди

Рівень вищої освіти другий (магістерський)

Спеціальність 022 Дизайн

Освітня програма Дизайн одягу

Виконав: студент групи МгДо1-24

Пасішніченко Р.К.

Науковий керівник к.т.н. Кокоріна Г.В.

Рецензент док. ф. Чуботіна І.М.

Київ 2025

АНОТАЦІЯ

Пасішніченко Р. К. Проектування колекції чоловічого та жіночого одягу на основі дослідження феномену архівної моди – Рукопис.

Кваліфікаційна робота здобувача освіти другого (магістерського) рівня за спеціальністю 022 Дизайн – Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, 2025 рік.

У кваліфікаційній роботі надано результати дослідження феномену архівної моди як одного з провідних напрямів сучасного дизайн-мислення. Аналіз теоретичних джерел та практик відомих модних будинків надав змогу стверджувати, що архівність сьогодні трансформувалася у повноцінну дизайн-парадигму, засновану на переосмисленні історичних кодів в галузі костюма. Застосовані у практичній частині роботи методи підтвердили, що використання технік деконструкції, штучного старіння та апсайклінгу дозволяє розробити унікальну колекцію одягу яка поєднує етичні та естетичні принципи в дизайні, при цьому архівність природно поєднується зі сталим підходом до текстилю. Авторська колекція під назвою «73/3» складається з шести блоків, орієнтована на переосмислення можливостей повторного використання текстилю, базується на принципах свідомого споживання.

Ключові слова: *архівна мода, дизайн одягу, деконструкція, апсайклінг, постгранж.*

SUMMARY

Pasishnichenko R. K. Designing a collection of men's and women's clothing based on the study of the phenomenon of archival fashion - Manuscript.

Qualification work for obtaining the Master's degree in specialty 022 Design – Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, 2025.

The qualification work presents the results of a study of the phenomenon of archival fashion as one of the leading trends in contemporary design thinking. The analysis of theoretical sources and practices of famous fashion houses allows us to assert that archivalism has transformed into a full-fledged design paradigm based on the

rethinking of historical codes in the field of costume. The methods applied in the practical part of the work confirmed that the use of deconstruction, artificial aging and upcycling techniques allows to develop a unique collection of clothes that combines ethical and aesthetic principles in design, while archivalism is naturally combined with a sustainable approach to textiles. The author's collection called '73/3' consists of six blocks, is focused on rethinking the possibilities of reusing textiles, and is based on the principles of conscious consumption

Keywords: *archival fashion, fashion design, deconstruction, upcycling, post-grunge.*

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ОГЛЯДОВО-АНАЛІТИЧНИЙ	8
1.1 Одяг як спосіб самовираження в сучасному світі	8
1.2 Огляд форматів архівної моди в сучасній культурі та дизайні	10
1.2.1 Музейні архіви костюма, виставкова діяльність, практики оцифрування колекцій одягу	10
1.2.2 «Старі» бренди та опрацювання власної історії	13
1.2.3 Інфлюенсери в ролі носіїв досвіду архівної моди	19
1.2.4 «Протеїнова мода» як метод креативного дизайн-проєктування	20
1.3 Архівна мода в складі загальної тенденції Sustainable fashion	25
Висновки 1 розділу	28
РОЗДІЛ 2. НАУКОВИЙ	30
2.1. Архівна мода та історичний контекст	30
2.2. Комплексний аналіз практичних підходів проєктування сучасного одягу формату «архів»	33
2.2.1 Тенденції постгранджу та антигламуру в сучасному одязі	33
2.2.2 Особливості сучасного японського дизайну одягу	36
2.2.3 Бельгійський дизайн і архівна мода	39
2.2.4 Творчість Рафа Сімонса	43
2.2 Сучасна трансформація стилю мілітарі і архівна мода	46
2.3. Кастомізація та мерч в контексті завдань проєктування сучасного одягу формату «архів»	49
Висновки 2 розділу	51
РОЗДІЛ 3. ПРОЄКТНО-КОМПОЗИЦІЙНИЙ	54
3.1 Визначення типу та образу потенційних споживачів колекції	54
3.2 Моніторинг актуальних тенденцій в проєктуванні чоловічого та жіночого одягу з огляду на тему дослідження	60

3.3 Огляд основних напрямків в проєктуванні креативних доповнень в костюмному дизайні (головні убори та сумки)	63
3.4 Опис авторської концепції колекції	66
3.5 Опис моделей асортиментного блоку колекції	68
Висновки 3 розділу	76
РОЗДІЛ 4. ПРОЄКТНО-КОНСТРУКТОРСЬКИЙ	77
4.1 Обґрунтування вибору зразків одягу та доповнень для виконання в матеріалі	77
4.2 Технологічні особливості роботи з текстильними фактурами	80
4.3 Вибір технічних методів та розробка конструкції елементів колекції	84
4.3.1 Розробка конструкції чоловічої куртки (бомбера)	87
4.3.2 Розробка конструкції кепки та особливості її кастомізації	90
4.3.3 Опис процесу створення авторської сумки	93
Висновки 4 розділу	99
ВИСНОВКИ	100
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	102
ДОДАТКИ	109

ВСТУП

Актуальність теми. Станом на сьогодні модний світ не є чимось сталим та одноманітним, на цій сцені з'являється все більше й більше імен, а покази великих модних будинків вже не диктують фінальне рішення того, як будуть виглядати тренди на найближчий рік. З розвитком інтернету люди отримали змогу звертати увагу не лише на найпопулярніші бренди одягу, про які публікували в друкованих виданнях, а й на більш вузькоспрямованих дизайнерів. Тож потреби людей в чомусь унікальному, та самобутньому вирости, та модний світ почав грати по іншим правилам. Всі світові будинки моди мають власне ДНК бренду, це як непорушні правила, які диктують напрям розвитку бренду. Але кожен раз, коли великі гравці світу моди змінюють головного дизайнера, ДНК бренду також потерпає змін. Не всім споживачам продукції цього бренду це може подобатись, тож на перший план виходять або ті бренди, в яких досі всім керує засновник бренду, або люди звертаються до минулих колекцій цього бренду, іншими словами – до архівних колекцій. Таким чином, сьогодні і дизайнери, і споживачі все частіше звертаються до архівної моди. Споживачі для того, щоб задовільнити свої потреби в тому одязі, який їм подобається, а дизайнер – для того щоб підкреслити для себе ті рішення, які приваблюють споживача.

Об'єктом дослідження в даній роботі є дизайн сучасного одягу формату «архів».

Предмет дослідження – художньо-композиційні принципи проєктування одягу з використанням методів деконструкції та апсайклінгу.

Мета дослідження. Метою даного дослідження є комплексний аналіз архівної моди як явища у сучасній fashion-індустрії та розробка авторської колекції одягу та доповнень на основі результатів дослідження.

Для досягнення поставленої мети в роботі поставлено такі **завдання**:

- проаналізувати напрями архівної моди та простежити їх вплив на формування стилістики сучасного одягу;

- дослідити такі тенденції в моді як distressed fashion, anti-fashion, trash style та визначити образ потенційного споживача авторської колекції;
- систематизувати практичні підходи в творчості відомих дизайнерів, які відповідають ознакам архівної моди;
- розробити концепцію та художньо-композиційні рішення моделей колекції;
- обґрунтувати конструктивно-технологічні методи створення одягу та доповнень з урахуванням особливостей проектування текстильних речей формату «архів»;
- розробити авторську колекцію моделей та провести її апробацію.

Методи дослідження. Наукові методи, застосовні в роботі, ґрунтуються на міждисциплінарному підході. Насамперед, було використано історико-культурний аналіз, який дає змогу простежити трансформацію моди у зв'язку з соціальними змінами та ностальгійними трендами. Порівняльний аналіз дозволяє зіставити архівні практики різних брендів і дизайнерів, виявляючи спільні принципи роботи зі спадщиною. Важливими є також візуально-морфологічний аналіз форм одягу, матеріалів і конструкцій, контент-аналіз медіа та маркетингових стратегій, а також практичні методи дизайн-дослідження, що включають реконструкцію, реплікацію та експеримент з формою.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у систематизації підходів до розуміння архівної моди як явища, яке функціонує як важливий елемент модної екосистеми і впливає на стратегії брендів та споживчі практики. В процесі роботи також були обґрунтовані механізми використання архівних колекцій в практичній діяльності сучасного дизайнера одягу.

Практичне значення роботи полягає у визначенні принципів і методів проектування одягу з адаптацією прийомів та дизайнерських рішень архівної моди на практиці, в ході створення авторської колекції.

Апробація результатів дослідження полягає у представленні колекції одягу на XXV Міжнародному конкурсі молодих дизайнерів «Печерські

Каштани» у номінації «Eko-Fashion» та шляхом підготовки статті «Архівна мода: огляд концепцій та практичні методи створення одягу» для фахового науково-метричного журналу «New Design Ideas».

Кваліфікаційна робота складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Основна частина роботи містить 101 сторінку, список використаних джерел налічує 57 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ОГЛЯДОВО-АНАЛІТИЧНИЙ

У сучасному суспільстві одяг відіграє значно більшу роль, ніж просто засіб захисту від зовнішніх умов. Він став потужним інструментом самовираження, який дозволяє людині комунікувати зі світом без слів. Завдяки одягу ми здатні передавати свої емоції, цінності, соціальний статус, культурну ідентичність та навіть політичні погляди. Одяг відображає індивідуальність, допомагаючи людині заявити про себе, свої вподобання та належність до певної соціальної або культурної групи. В умовах глобалізації та розвитку цифрових технологій межі між культурами стираються, що призводить до утворення нових стилістичних напрямів та міксування стилів. Це дозволяє людині конструювати свою ідентичність, використовуючи одяг як засіб візуального наративу. В даному розділі розглянуті основні підходи і принципи переосмислення моди кінця XX – початку XXI століть. Огляд виконано з урахуванням головної мети кваліфікаційної роботи – розробки авторської колекції на основі дослідження такого культурного та мистецького феномену як архівна мода.

1.1 Одяг як спосіб самовираження в сучасному світі

Завдяки розвитку соціальних мереж та платформ для самовираження, люди мають можливість ділитися своїм стилем із широкою аудиторією, тим самим впливаючи на формування трендів та культурних норм. Одяг перетворився на важливий елемент персонального бренду, що активно використовується публічними особами, інфлюенсерами та представниками креативних індустрій. Персональний бренд також є важливою та невід’ємною частиною життя не тільки інфлюенсера, а й звичайної людини, - це образ, який формується в суспільному уявленні щодо конкретної людини. Особистий бренд складається зі знань, навичок, сильних якостей, стилю, особливих фішок, ідей та позицій із якихось питань. Персональний бренд допомагає виділитися серед конкурентів, стати більш впізнаваним, завоювати довіру аудиторії та розширити професійні

можливості. Він є ключовим елементом у побудові кар'єри, розвитку бізнесу, залученні клієнтів або створенні впливу в соціальних мережах.

Важливу роль у самовираженні через одяг відіграє ідентичність особистості. Люди обирають одяг, який резонує з їхніми внутрішніми переконаннями, належністю до субкультури або демонстрацією підтримки певних соціальних або політичних рухів. Наприклад, використання екологічно чистих матеріалів або одягу в стилі апсайклінгу може вказувати на свідоме ставлення до навколишнього середовища. Крім того, одяг може відображати настрої та емоції, слугувати засобом самозахисту або, навпаки, привертання уваги. У світі, де візуальна комунікація стає все більш важливою, одяг стає засобом передачі емоційного стану. Через колір, фактуру, крій та деталі люди можуть виражати впевненість, вразливість, протест або радість.

Таким чином, одяг у сучасному світі набув статусу засобу невербальної комунікації, який допомагає людям висловлювати свою ідентичність, соціальні погляди, емоції та належність до певної групи. Він слугує засобом самовираження, що дозволяє людині будувати власну візуальну розповідь та комунікувати зі світом без слів. Сьогодні одяг каже про людину і більше, і менше водночас. Ще 10-20 років тому мода чітко відображала субкультурну приналежність. Людину можна було легко ідентифікувати як представника певної субкультури за її зовнішнім виглядом. Наприклад: Панки носили рвані джинси, шкіряні куртки, яскраві ірокези та аксесуари з шипами, виражаючи протест і бунт проти системи. Скінхеди обирали важкі черевики, джинси, підтяжки та короткі зачіски, акцентуючи на робітничому походженні та колективній ідентичності. Металісти віддавали перевагу чорному одягу, футболкам із логотипами улюблених гуртів, шкіряним курткам і аксесуарам із металу, підкреслюючи свою належність до музичної субкультури. Це був час, коли мода була прямим віддзеркаленням ідеології, музичних вподобань та способу життя. Через одяг людина могла демонструвати свою приналежність до певної групи, свої цінності та світогляд. Але сьогодні значення одягу дещо

змінилось з розвитком інтернету, соціальних мереж і глобалізації культура стала більш динамічною, відкритою і змішаною. Розмивання субкультурних кордонів. Сьогодні стиль панка можна зустріти на модних подіумах, а елементи хіп-хопу або гранжу поєднуються зі спортивним або навіть діловим одягом. Індивідуалізація стилю. Люди більше не дотримуються жорстких рамок однієї субкультури, а змішують різні стилі, створюючи власний унікальний образ. Фаст-фешн і масова культура. Великі бренди швидко адаптують тренди, змішуючи елементи різних субкультур, роблячи їх доступними для масового споживача. Якщо раніше одяг був своєрідним “ярликом”, який чітко визначав субкультурну належність, то зараз він є відображенням внутрішнього світу людини, її поглядів та цінностей. Мода стала універсальною мовою, якою люди виражають себе поза рамками чітких категорій.

1.2 Огляд форматів архівної моди в сучасній культурі та дизайні

1.2.1 Музейні архіви костюма, виставкова діяльність, практики оцифрування колекцій одягу

Архівна мода (fashion archives) — це широкий комплекс практик і інституційних підходів, що включає збирання, збереження, систематизацію, оцифрування, інтерпретацію та репрезентацію історичних і сучасних одягових артефактів. За останнє десятиліття архіви перестали бути винятково внутрішньою справою музеїв чи модних домів: вони стали активним ресурсом дизайну, маркетингу, академічних досліджень і цифрових культур. Значущість архіву зростає під впливом цифровізації, інтересу покоління Z до вінітажу, потреб брендів у наративі спадщини та екологічних дискусій. Наприклад, у 2014 році, після успішного проєкту, що співфінансувався Європейською Комісією, була заснована Європейська асоціація модної спадщини, в рамках якої вперше державні та приватні архіви та музеї по всій Європі зібралися разом, щоб поділитися онлайн своєю багатою спадщиною історичного одягу та аксесуарів, сучасного дизайну, фотографій з подіумів, малюнків, ескізів, журналів, каталогів

та відео. Відтоді Асоціація зросла, залучивши понад 50 європейських культурних організацій, від невеликих приватних музеїв до великих національних установ з 15 європейських країн, об'єднаних метою розкрити та надати вільний доступ до унікальної та величезної спадщини моди та текстилю Європи. Ми віримо, що ця створена нами мережа, що зростає, зміцнить нашу європейську ідентичність та розкриє весь потенціал нашої спільної модної спадщини для творчих людей, науковців та любителів моди. Асоціація стала міжнародним центром, де галереї, бібліотеки, архіви та музеї моди (GLAM), бренди, дослідники та творчі працівники можуть обмінюватися досвідом та передовим досвідом у сфері оцифрування, відкритого доступу, спільного створення, повторного використання та валоризації ресурсів модної спадщини, сприяючи цифровій трансформації в цьому секторі та підтримуючи збереження та валоризацію матеріальної та нематеріальної спадщини, пов'язаної з текстилем та модою [1].

Сьогодні в світі існують різноманітні інституційні моделі та практики збереження текстилю та костюма. Музеї виконують подвійні функції: консерваційну (захист матеріалу та забезпечення довготривалого збереження) і освітню/публічну (виставки, каталоги, публічні програми). Інституції зараз часто співпрацюють із дизайнерами для наукової інтерпретації архівів і створення кураторських наративів, що показують зв'язок між історією та сучасними колекціями. Зростання цифрових інтерактивних архівів відкрило нові можливості для більш проактивної взаємодії з історичними колекціями моди. Сучасні архіви моди розвиваються, зосереджуючись на сучасній системі взаємодії та на тому, як її можна ще більше вдосконалити шляхом інтеграції передових цифрових технологій, таких як розширена реальність (XR), яка включає віртуальну (VR) та доповнену реальність (AR), а також штучний інтелект (AI) та машинне навчання (ML). Враховуючи структуровану та багатозначну природу архівів моди – зображення одягу, дати, позначені деталі, цифрові двійники та натхненні матеріали – вони особливо добре підходять для

інтеграції нових технологій, таких як системи XR та AI, а також для дослідження нових ролей у взаємодії користувача з архівом [1].

Важливу роль в процесі створення музейного архіву костюма відіграє його оцифрування. Оцифрування колекцій — не просто фотографування артефактів, а складний процес: 3D-сканування, високодетальні фотограмметричні репліки, метадані, стандарти опису. Перевагою такого підходу є доступність інформації для дослідників і громадськості, можливість створення «цифрових двійників», використання в освітніх програмах і візуальному маркетингу. Але існують і певні виклики: стандарти якості й опису, питання авторського права, етичні проблеми і питання фінансування. Останні дослідження підкреслюють потребу у міждисциплінарних підходах, тобто поєднання питань консервації, ІТ-технологій та культурології. Зі зростанням популярності моди в музейному контексті зростала й її цінність як засобу передачі знань; модні предмети мають унікальне місце для пробудження пам'яті та культурного значення: вбудовані в повсякденне життя, узгоджені з популярною культурою та здатні передавати історії ідентичності, праці та матеріальності. У цьому контексті музеї відіграли життєво важливу роль у формуванні наративів навколо модної спадщини, а архів став стратегічним інструментом для збереження, брендингу, освіти та досліджень. Архів втілює багаторівневу систему творчих, промислових та символічних практик, з предметами, часто пов'язаними з проектною документацією, виробничими процесами та ширшими соціально-історичними контекстами. Такі технології, як 3D-сканування, AR та VR, дозволяють установам анімувати одяг, імітуючи рух та створюючи захопливі середовища. VR може цифровим чином реанімувати одяг, щоб продемонструвати, як виріб мав рухатися та носити, доповнена реальність (AR), QR-коди для сканування за допомогою смартфонів та інтерактивні кіоски дозволяють аудиторії отримувати доступ до реляційного контенту, поглиблюючи своє розуміння технік виготовлення, символіки та культурного значення [2].

Сьогодні музеї експериментують з новими інтерактивними моделями взаємодії з публікою. Однією з таких моделей стає Co-designing (співпроектування), тобто процес відпрацювання рішень спільно з людьми, яких вони безпосередньо стосуються, на противагу традиційному підходу, коли дизайнери працюють «для» клієнтів. Це спільний, творчий процес, де користувачі, клієнти та інші зацікавлені сторони стають рівноправними учасниками, а не просто об'єктами проектування. Наприклад, студенти, що спеціалізуються на моді, досліджують, як інтерактивні технології можуть служити засобом для нових способів взаємодії з культурною спадщиною моди певного модельєра, що призводить до висвітлення потенціалу для більш проактивної ролі архівів у дизайні одягу. Отримані результати спонукають їх запропонувати можливу нову структуру, де інтерактивні архіви моди виступають не лише як сховища, а й як проактивні співтворці, що дозволяє вести більш динамічний діалог між користувачем та архівом. Ці підходи змінюють статус визитної картки музею — з резервуара об'єктів у платформу для творчих інтервенцій [1].

1.2.2 «Старі» бренди та опрацювання власної історії

Архіви давно існуючих брендів сьогодні перетворюються в важливий творчий ресурс і певний культурний капітал. Власна спадщина стає сьогодні стратегічним активом для багатьох компаній: архіви дають матеріал для ремейків, ретроспектив, колаборацій та маркетингових кампаній. Реставрація історичної оповіді дозволяє бренду формувати довіру, диференціюватися та створювати продукт із додатковою символічною вартістю. Але що відрізняє належні стратегії спадщини бренду від простої корпоративної ностальгії? І як найуспішніші компанії сучасності перетворюють історичні активи на вимірювані бізнес-переваги? Йдеться не лише про те, щоб бути старою компанією, а про стратегічну активацію вашої спадщини для побудови довіри, встановлення преміальних цін та створення емоційних зв'язків, які сучасні конкуренти не

можуть повторити. Зупинимось на деяких елементах стратегії використання спадщини бренду, які впроваджують успішні компанії. Ефективна спадщина складається з п'яти основних компонентів: послужний список, довговічність, основні цінності та символи, які необхідно вибірково акцентувати для посилення сучасної ідентичності бренду. Успішна активація спадщини бренду відбувається за структурованими рамками. П'ятиетапний процес активації спадщини (артикуляція цінностей, філософське закріплення, фіксація традицій, історична інженерія, вплетення повідомлень) систематично перетворює історичні активи на конкурентні переваги. Різні сектори потребують індивідуальних підходів до створення спадщини. Бренди класу люкс використовують спадщину для обґрунтування преміум-класу, компанії, що виробляють споживчі товари, балансують між спадщиною та доступністю, тоді як технологічні фірми можуть створювати «синтетичну спадщину» за допомогою стратегічного розповіді історій та документування ранніх етапів.

Історія бренду охоплює цінності, репутацію та філософію, які компанія сформувала з моменту свого заснування. Йдеться не лише про те, як довго ви працюєте в бізнесі, а й про вибіркоче курування історичних етапів, які підсилюють сучасну ідентичність вашого бренду та створюють значущу диференціацію. Як сказав Брюс Вайндрух, засновник History Factory, «Спадщина – це не просто історія. Історія – це те, що сталося; спадщина – це те, що ми вирішуємо пам'ятати та на чому наголошуємо». Наприклад, компанія Hermès зберігає свій статус на ринку предметів розкоші не лише завдяки своїй старовині, а й свідомому підкресленню традиційної майстерності, що сягає 1837 року. Вони підкреслюють сімейну спадщину та використовують сенсорні брендові сигнали, що викликають ностальгію та автентичність. В результаті Hermès створив обґрунтування преміального ціноутворення, засноване на спадщині, яке клієнти охоче приймають. Різниця між спадщиною та історією полягає в намірі. Хоча кожна компанія має історію, лише ті, хто свідомо витягує, курує та активує свої

історичні активи для сучасної переваги, справді практикують стратегію спадщини бренду [3].

Успішні та відомі бренди дедалі частіше застосовують архів як стратегічний ресурс, делікатно балансуючи між збереженням спадщини і комерціалізацією. У практичному вимірі це проявляється трьома основними напрямками – рестайлінг (пряме відтворення історичних форм), ревізія (інтерпретація елементів спадщини в новому матеріалі чи техніці) й розвиток репозиторіїв (цифрові чи фізичні архівно-презентаційні платформи). Проаналізуємо ці практики з огляду на їх можливості та виклики.

Рестайлінг – це коли бренд повертає раніше створені форми, дизайни або мотиви, часто з мінімальними змінами, аби підкреслити свою спадковість. «Все частіше трапляються випадки, коли бренди використовують потенціал своїх архівів. Успішним прикладом подібних реінкарнацій є сумки Jackie Bag від Gucci.» [4]. Через рестайлінг бренд ніби каже: «ми маємо минуле, ми маємо ідентичність, ми маємо стиль, що витримав час». Це дозволяє і зміцнити відчуття автентичності, і надати новій колекції символічної ваги. У журналі L'Officiel USA підкреслюється, що архіви «служувати джерелом натхнення, зберігаючи спадщину брендів для наступних поколінь» [3]. Проте рестайлінг не позбавлений ризиків: коли надто часто повторюється одна й та сама форма, бренд ризикує впасти в «ремейковий» патерн, втратити свіжість, а споживач може сприймати це не як спадщину, а як «ретро-відкат». Крім того, без чіткого контексту та редизайну може постати питання: чи це справді звернення до автентичної спадщини, чи просто маркетинговий трюк.

Ревізія передбачає глибшу інтерпретацію архівного матеріалу: не лише копіювання минулих форм, але й трансформація тканин/технологій/силуетів з «архівного» в «сучасне». Наприклад, тканину з архівної колекції можуть переробити в новій кольоровій гамі або застосувати лазерну різку, цифрове моделювання чи інші інноваційні техніки. У статті «Практики цифрового кураторства для досвіду моди та культурної спадщини» зазначено, що

корпоративні архіви «є безцінним джерелом для збереження історичної пам'яті компанії ... і водночас використовуються як засіб легітимації сучасних інновацій.» [3]. Таким чином ревізія створює діалог між минулим і теперішнім: минуле не «замикається», а «активується». У цьому сенсі архівна спадщина стає «матеріалом» для сучасного дизайну. Але тут також існує небезпека: якщо трансформація минулого не супроводжується достатнім поясненням, бренд ризикує втратити історичну чіткість або навіть схилитися до культурної апропріації — коли архівний код витягується із свого історичного/соціального контексту лише як «елемент стилю».

Репозиторії (архівно-презентаційні платформи) – третій вимір практик. Тут бренд створює або розширює фізичну або цифрову платформу, яка документує, зберігає, іноді продає чи ліцензує свою спадщину. Наприклад: музейний простір бренду, відкриті цифрові бази даних або навіть NFT-проекти, що монетизують архівний артефакт. Стаття в Vogue Business про блокчейн-архіви моди відзначає: «архіви моди все частіше оцифровуються та зберігаються за допомогою технології блокчейн та NFT, а юридичні виклики та стратегічне планування є надзвичайно важливими для брендів» [5]. Репозиторії дають можливість бренду не просто «приховати» свою спадщину в задньому дворі, а відкрити її публіці, дослідникам і дизайнерам – створюючи ефект «життєвого архіву», що працює на бренд. У статті про корпоративну спадщину Vassa бачимо, що архіви сьогодні сприймаються як «жива культурна спадщина»: «...компанії в цій галузі використовують різні підходи, щоб скористатися потенціалом, який пропонують їхні архіви» [6]. Однак і тут існує низка викликів: питання авторських прав, права на образ, зв'язку з оригіналом, забезпечення автентичності фізичних або цифрових об'єктів, а також ризик, що архів стає просто «контентом» для маркетингу, а не елементом стійкої культури бренду.

У підсумку, ці три практики, рестайлінг, ревізія, репозиторії, утворюють тривимірну архітектуру використання архівного матеріалу у сучасних брендах. Через них спадщина стає живою: вона не просто зберігається, але

трансформується, комунікується і монетизується. Утім, щоб ця архівна активність була справді цінною, необхідна відповідальна стратегія: чітка документація джерел, прозорість в інтерпретації архіву, баланс між інновацією та повагою до спадщини, а також етичне усвідомлення культурного контексту. Без цього архів може перетворитися на порожній символ чи маркетингову прикрасу.

У сучасній індустрії архіви перестали бути лише депозитаріями історичних артефактів, вони стали активною фабрикою змісту, що живить як креативний процес, так і бізнес-стратегію. На прикладі провідних домів і груп можемо побачити три ключові ролі архівів: 1) ресурс для рітейл-рестайлінгу й «іконоутворення»; 2) база для дизайнерських ревізій і довготривалих креативних стратегій; 3) інституційний актив, інвестований у консервацію й публічні експозиції, що підвищують культурну капіталізацію бренду.

Gucci – знаковий приклад того, як архівні коди перетворюються на універсальні маркери впізнаваності. Через ремінісценції таких об'єктів, як Jackie bag чи GG-канвас, а також через ретроспективні колекції та капсульні ремейки, бренд підсилює зв'язок між минулим і сучасністю, «перепродаючи» не стільки форму як смисл і статус. Ця стратегія підсилює лояльність клієнтів і формує довготривалу вартість бренду як носія спадщини, але водночас вимагає чіткого кураторського підходу, щоб не перетворити спадщину на повторюваний шаблон [7].

Balenciaga демонструє інший, більш проєктно-кураторський підхід: архів тут служить матеріалом для радикальних ревізій – від монтажу історичних форм до їхньої деформації в експериментальних силуетах. Під керівництвом Демни Гвасалії архіви Balenciaga не просто відтворювали минуле, а ставали джерелом критичних інтервенцій у сучасний модний дискурс. Такий підхід показує, що архів може функціонувати як поле для «творчого конфлікту» між традицією і авангардом, але одночасно підсилює ризик непорозуміння з публікою, якщо контекстуалізація відсутня [8].

Корпоративні групи, такі як LVMH та будинки на кшталт Chanel, інвестують у реставрацію, каталоги й музейні експозиції, розглядаючи архів як інституційний актив. LVMH інтегрує стратегії сталості та прозорості у свою політику щодо спадщини, що відображено і в повідомленнях про їхні екологічні ініціативи, і в проєктах консервації; Chanel, у свою чергу, робить ставку на масштабні виставки як спосіб підсилити культурний імідж дому і «узаконити» його історичну важливість в очах широкої публіки. Інвестиції у видимість архіву – це не лише PR, це створення культурного капіталу, який працює на преміум-позицію продуктів і послуг. Водночас такі великі інвестиції піднімають питання доступності: чи служить архів публіці, науці й локальним спільнотам, чи лише іміджевій політиці корпорації [4].

Український контекст репрезентує іншу динаміку: локальні ініціативи та дизайн-студії дедалі активніше апелюють до національних текстильних традицій, етнодекору та архівних елементів як до джерела автентичності і конкурентної переваги на глобальному ринку. Бренди на кшталт Ksenia Schneider, Bevza та інші роблять ставку на ремесельність, ремікс народних мотивів і переклад локальної пам'яті в сучасні силуети, що дозволяє їм одночасно конкурувати за увагу міжнародних платформ і формувати національний наратив моди. Проте на рівні інфраструктури збереження і документування українська екосистема ще недозріла: бракує скоординованих репозиторіїв, централізованих ресурсів консервації й стабільного фінансування для музейних ініціатив, які могли б гарантувати системну роботу з архівами. Європейські мережі й ініціативи (наприклад, EFNA) пропонують модель співпраці та стандартизації, але для українських акторів ключовим завданням залишається поєднання креативної роботи з довгостроковою інфраструктурною підтримкою [5].

На практиці ці кейси демонструють кілька оперативних висновків для індустрії: по-перше, архіви дають брендам як економічні, так і символічні переваги, але ефективність цих переваг залежить від прозорості інтерпретації і від того, чи супроводжується «повернення до спадщини» ретельно

задокументованою кураторською роботою; по-друге, для країн із більш обмеженими архівними інституціями (як-от Україна) важливо поєднувати експерименти дизайнерів із розвитком національних та європейських мереж, щоб не втратити культурну цінність через розпродаж чи поверхневу апеляцію до «етно»; по-третє, великі інвестиції в ексклюзивні виставки та реставрацію мають супроводжуватися заходами з відкритого доступу, освіти й досліджень, інакше архіви ризикують перетворитися на закриті активи, доступні лише еліті.

1.2.3. Інфлюенсери в ролі носіїв досвіду архівної моди

Поява соціальних медіа радикально змінила не лише способи комунікації в модній індустрії, а й саму природу архіву. Те, що колись існувало у вигляді музейних фондів чи корпоративних сховищ, тепер розгортається у форматі нескінченної стрічки – Instagram, TikTok або YouTube. Вони стали просторами, де відбувається «побутування» архіву: користувачі й інфлюенсери не просто відтворюють минуле, а переосмислюють його через алгоритми, реакції та хештеги. Як відзначає Vogue, «цифрові архіви моди на соціальних платформах стали живими екосистемами пам'яті, де стиль більше пов'язаний не з ностальгією, а з відродженням» [6].

Одним із найпомітніших проявів цього процесу є розвиток вінітаж-культури, що з 2020 р. пережила справжній ренесанс. Після пандемії спостерігається підйом інтересу до минулого як до ресурсу стабільності та етичного споживання, і соціальні медіа стали головним механізмом її популяризації. Такі акаунти, як @unforgettable_runway, @rarevintagearchive, @hautelemode або @threadstories, виконують функцію візуальних енциклопедій: вони демонструють фрагменти старих показів, рідкісні луки дизайнерів 1990–2000-х рр., коментують еволюцію силуетів і пояснюють культурні контексти. Ці творці не просто демонструють одяг, вони формують колективну пам'ять для покоління, яке споживає моду через екран [7].

Цифрова популяризація архівів має подвійний ефект. З одного боку, вона демократизує доступ до матеріалів, які раніше були доступні лише дослідникам

або журналістам. Інфлюенсери створюють неформальні вхідні точки у професійну історію моди: вони перекладають її в короткий відеоформат, доступний мільйонам користувачів. Як зазначає Vogue Business (2024), «покоління Z підходить до історії моди не через підручники, а через кліпи, монтаж і та репости з подіумів, створюючи модель архівування, що передбачає участь користувачів.»

З іншого боку, цей процес викликає низку проблем, серед яких достовірність, авторське право і контекстуалізація. Багато цифрових архівів у соцмережах існують без чітких посилань на джерела, без вказівки року або дизайнера, а відео з показів часто подаються фрагментарно, вирваними з історичного контексту. Таким чином, пам'ять про моду може спрощуватися або навіть міфологізуватися. У статті Vogue Italia (2023) підкреслено: «Інтернет-архіви зберігають інформацію про моду швидше, ніж музеї, але не завжди з такою ж ретельністю.» І саме це ставить питання про потребу нових цифрових етичних стандартів архівування.

Однак у позитивному сенсі діджиталізація вінітаж-культури створює нові форми спільнотності: молоді користувачі формують мікроархіви, діляться знахідками, порівнюють образи, тим самим розширюючи традиційне уявлення про «архів» як статичну структуру. Тепер архів стає динамічним — відкритим, інтерактивним і частково самоорганізованим середовищем, у якому спогад про моду функціонує як соціальний і культурний капітал.

У цьому сенсі соціальні мережі не просто популяризують архівну моду, а створюють новий тип цифрової пам'яті — «стрімінговий архів», де історія оновлюється щосекунди, а збереження минулого стає колективним актом [8].

1.2.4 «Протеїнова мода» як метод креативного дизайн-проектування

Поняття «протеїнова мода» (protean fashion) походить від грецького образу Протея — божества, здатного змінювати форму без втрати сутності. У контексті сучасних fashion studies цей термін функціонує як метафора пластичності модного образу, що постійно перебуває в русі між минулим і сучасним,

автентичним і сконструйованим, копією і новотвором. Як зазначається у статті «Мінливі образи моди: переоцінка минулих стилів у нових умовах», ідентичність моди є за своєю суттю мінливою, вона функціонує через повторення та трансформацію власного минулого» [9]. Отже, мода розглядається не як лінійна еволюція, а як циркулярна структура, у якій архів виконує роль активного елементу творчості, а не пасивного сховища.

Термін *protean* також означає мнемонічну змінність — тобто, здатність моди працювати з пам'яттю, переосмислювати минулі стилі та поєднувати їх у нових конфігураціях. Саме це становить сутність постмодерної модності: не створення «нового» в буквальному сенсі, а рекомбінація знайомого, у якій цитати минулого набувають нової семантики. У цьому сенсі «протеїнова мода» є своєрідною естетикою реінкарнації, де архів виступає лабораторією для інноваційного дизайн-проектування.

Теоретично цей підхід спирається на міждисциплінарні ідеї пам'яті, симулякру та повторення, адаптовані до фешн-контексту. Якщо класична мода модернізму тяжіла до ідеї «новизни як розриву», то протеїнова мода, навпаки, працює через перетікання форм і рефлексію часу. Вона передбачає, що кожен модний образ — це не одиничний витвір, а мережа цитувань, що функціонує в межах колективної пам'яті культури. У практичному вимірі концепт протеїновості описує метод креативного дизайн-проектування, який базується на роботі з архівними матеріалами як відкритими системами. Дизайнер стає не лише творцем, а й куратором історії, що обирає, трансформує, гібридизує. У цьому процесі архів набуває «життєвості»: він не лише зберігає, а й продукує нові значення. Ідентичність моди є за своєю суттю мінливою, вона функціонує через повторення власних минулих архівних посилань, які слугують мовою дизайну, за допомогою якої мода вирішує свої тимчасові суперечності — між спадщиною та прогресом, автентичністю та винахідливістю [3].

Таким чином, «протеїнова мода» може розглядатися і як естетична стратегія, і як методологічна категорія. Вона формує підґрунтя для розуміння

моди як живого, самооновлюваного організму, де кожне цитування стає актом реконструкції й водночас переосмислення. У цій моделі творчість ґрунтується не на відмові від минулого, а на його безперервному перекодуванні — через архів, пам'ять і цифрову репрезентацію.

Розглянемо практичні методи так званого протейнового дизайну. Найбільш актуальними є наступні методи: ремікс архівних елементів у нових силуетах, трансформацію матеріалів за допомогою різноманітних способів, зокрема, лазерної різки та цифрового моделювання, багат шарові інтерпретації (аплікації, колажі), а також використання цифрових двійників для тестування форм і пропорцій без потреби у великій матеріальній витраті. Такий підхід дозволяє поєднувати повагу до спадщини з інноваціями, одночасно знижуючи відходи. У сучасній індустрії мода дедалі більше розгортається як процес перетворення і перекодування, а не як створення абсолютно нового. У цьому сенсі протейнова мода — це не лише теорія, а й практика дизайну, що поєднує ремікс, реконструкцію й біотехнологічне експериментування. Сучасний дизайн одягу розвивається через мінливі зміни — плавні рекомбінації історичних форм, матеріалів та значень. Цей підхід можна умовно розділити на три взаємопов'язані напрями: архівний ремікс, деконструктивну реконфігурацію та біодизайн як нову форму матеріальної протейновості.

Перший напрям, архівний ремікс, передбачає використання історичних кодів і візуальних цитат як вихідного матеріалу для нових колекцій. Бренди на кшталт Maison Margiela, Prada та Alexander McQueen активно працюють із власними архівами, поєднуючи знакові силуети минулих десятиліть із сучасними технологіями. Так, у колекціях Gucci періоду Алессандро Мікеле (2015–2022) архівна спадщина 1970-х переосмислюється як елемент постгендерної естетики, одяг стає носієм множинних ідентичностей, а історичні цитати набувають іронічного, подекуди навіть театрального характеру/ Саме ця гнучкість і гра з часом відображає протейнову логіку — постійне перетікання змістів без втрати зв'язку з першоджерелом [10].

Другий тип практик, деконструктивна реконфігурація, проявляється у дизайнах, які демонтують усталені канони й заново збирають архівні елементи у нові композиції. Balenciaga, Marine Serre чи Noir Kei Ninomiya застосовують архівні фрагменти як матеріал для експериментів із формою, руйнуючи межі між «оригіналом» і «копією». Це не просто цитування минулого, а створення гібридних тіл моди, де історія стає структурним елементом нової ідентичності [11].

Третій, найновіший напрям, біодизайн та матеріальна протейновість, переносить ідею пластичності у сферу матеріалів. Такі дизайнери як Iris van Herpen, Diana Scherer чи лабораторія Post Carbon Lab, створюють тканини, здатні змінювати форму, колір і структуру під впливом зовнішніх чинників. Ці практики поєднують технології біофабрикації з естетикою «живого архіву»: матеріал стає динамічним, реагує на середовище, «пам'ятає» свій стан. У такий спосіб протейнова мода виходить за межі історичного цитування, перетворюючись на метафору еволюції самої матерії.

Таким чином, «протейновий підхід» у дизайні стосується не стільки відродження, скільки трансформації, свого роду, хореографії змін, де минуле виступає як живий організм. Ця концепція формує нову етику креативності, у якій історія перестає бути тягарем і стає ресурсом інновації. У результаті дизайнери працюють не лише з формою, але й з часом, пам'яттю, навіть, біологією, створюючи продукти, що одночасно належать минулому, теперішньому й можливому майбутньому.

Концепція протейнової моди виявляється найяскравіше у творчих стратегіях дизайнерів, які поєднують роботу з архівами, реміксування стилів і технологічну інновацію. На прикладах кількох знакових брендів можна простежити, як ця філософія трансформує підхід до історії, матеріальності та ідентичності у модному дизайні.

Maison Margiela – один із перших брендів, який системно працює з архівом як із живою матерією. Під керівництвом Джона Гальяно (з 2014 р.) бренд

розвиває ідею «архівного алхімізму»: старі речі розбираються, реконструюються, комбінуються з новими, утворюючи гібридні силуети. Проєкт Artisanal Line функціонує як лабораторія протейновості: речі з минулих колекцій отримують нову форму, новий контекст і нову біографію. Як пише Vogue Business (2021), архів Margiela не зберігається – він виконується. Таким чином, архів перестає бути музеєм, перетворюючись на процес постійного перетворення, де мода існує у стані безперервного становлення.

Інший приклад — Prada, яка в межах проєкту Re-Nylon (2019–2024) поєднує архівний матеріал із технологічною інновацією. Використовуючи власну емблематичну тканину, нейлон 1980-х, бренд створює нові вироби з перероблених матеріалів ECONYL® (інноваційний регенерований нейлон). Це не просто екоініціатива, а своєрідна реконцептуалізація пам'яті бренду: класичний код вписується у дискурс сталості та інновацій. За словами Міуччі Прадо, спадщина не є статичною; вона повинна змінюватися, щоб залишатися актуальною [12]. Саме ця «мутація спадщини» відповідає сутності протейнової моди? коли історія стає каталізатором майбутнього, а не його антагоністом.

У роботі Iris van Herpen протейновість виявляється на рівні матерії і форми. Її колекції демонструють «біологічний архівізм»: дизайнерка створює одяг, що відтворює такі природні морфології як клітинні структури, потоки води, вітрові форми, через технології 3D-друку та лазерного різання. У такий спосіб матеріал стає носієм пам'яті, який «пам'ятає» свій природний прообраз. За визначенням Design Issues (2022), це «втілений протейнізм» — естетика живого перетворення, у якій час, природа й технологія взаємопроникають [13].

У контексті української моди протейновий підхід набуває власних рис, пов'язаних із переосмисленням національної спадщини. Наприклад, Ksenia Schnaider використовує техніку «демі-деніму» — поєднання фрагментів вінтажних джинсів у нових конструкціях. Це не лише ресайклінг, а й акт культурної реінтерпретації: архів масової культури 1990-х (як частина

пострадянського досвіду) перетворюється на артикульований сучасний дизайн [15].

Інший приклад – PODYN, бренд Лесі Подаєвої, який переосмислює архітектурну спадщину Києва у мінімалістичних формах одягу. Обидва кейси демонструють протейновий принцип, тобто перекодування історії у теперішнє, де архів стає джерелом натхнення, а не копіювання [15].

Протейнові стратегії мають спільну мету – оживити архів, змусити його діяти. Мова йде не про відтворення минулого, а про створення динамічної взаємодії між часами, матеріалами і людськими тілами. Завдяки цьому дизайн набуває не лише естетичної, а й онтологічної гнучкості: він живе в минулому, теперішньому та майбутньому одночасно. Таким чином, кейси Margiela, Prada, van Herpen та українських дизайнерів демонструють, що протейнова мода — це стратегія виживання індустрії, яка більше не може покладатися на лінійну модель новизни. Її сила — у зміні форм без втрати сутності, у здатності постійно себе винаходити, залишаючись впізнаваною. Протейнова практика може підсилювати креативність, але також таїть ризики: відтворення історичних елементів без контексту може спотворювати їх значення, а комерціалізація архівів — перетворювати культурні символи на трендові «штампи». Академічні дискусії закликають до етичної відповіді дизайнера: пояснювати джерело, співпрацювати з інституціями, забезпечувати прозоре документування трансформацій.

1.3. Архівна мода в складі загальної тенденції Sustainable fashion

У сучасній модній індустрії архів перестає бути лише сховищем пам'яті — він перетворюється на активний ресурс стійкого розвитку (sustainability). За визначенням Vogue Business (2022), «архів став найефективнішим інструментом моди, джерелом існуючої креативності, що замінює необхідність безкінечного виробництва». Ідея полягає в тому, що повторне осмислення, переінтерпретація або репрезентація минулих колекцій дозволяє брендам мінімізувати споживання

нових ресурсів, продовжити життєвий цикл речей і водночас зберегти культурну тяглість [16].

Архівна мода, яка ще десять років тому асоціювалася переважно з ретроспективами або музеями, нині стає функціональним елементом екосистеми сталого виробництва. Бренди, такі як Gucci, Chanel, Loewe та Balenciaga, використовують архівні матеріали як базу для нових колекцій або лімітованих перевидань, що зменшують екологічне навантаження. Наприклад, Gucci Vault, цифрова платформа, запущена у 2021 році, об'єднує архівні моделі бренду, їхні сучасні ремікси та відновлені вінтажні вироби. Така практика не лише підтримує ідею циркулярної моди, а й формує нову естетику спадкоємності, де минуле функціонує як етичний капітал.

На рівні методології стійкої моди архів розглядається як сховище потенціалу, він дозволяє зменшити обсяги проєктування з нуля, а натомість, активізувати вже наявні дизайнерські ресурси. Це не просто повторення, це процес переробка ідей, у якому концепції, образи й силуети отримують нове життя в іншому матеріальному середовищі. Як наголошує Vogue Business (2023), «зелене майбутнє моди може залежати не стільки від нових тканин, скільки від нових способів використання її минулого» [17].

Архівна практика також стає етичним інструментом у комунікації брендів. Відкриття архівів для публіки (наприклад, цифрові ініціативи LVMH Heritage, Armani/Silos Digital Collection, Versace Archive Online) формує нову прозорість і відповідальність. Це допомагає брендам не лише демонструвати спадщину, а й звітувати перед споживачами, показуючи, що історія бренду є частиною його екологічної стратегії, а не лише маркетингового міфу.

Водночас архіви мають соціально-культурну функцію стійкості. Вони сприяють розвитку «повільної моди» (slow fashion), яка базується на усвідомленні вартості речей і часу. Вивчення минулих колекцій та реміксування архівів змінює мислення дизайнерів і споживачів: мода перестає бути короткотерміною подією і набуває рис тривкості, тривалості, пам'яті. Як

підкреслює дослідниця Алісон Гілмор у *Journal of Fashion Theory* (2021), архів «навчає нас дивитися на моду не як на момент, а як на процес, що продовжується» [18].

З позиції сталого виробництва архіви дають змогу брендам працювати не тільки з уже створеними речами, але й знаннями, технологіями, естетичними кодами. Вони виступають своєрідним банком часу, де накопичені ідеї перетворюються на матеріальні рішення нового покоління. Це узгоджується з ширшими тенденціями регенеративного дизайну (*regenerative design*), у яких минуле не відкидається, а інтегрується в екологічне мислення.

Таким чином, архів у системі *sustainable fashion* – це не просто метафора минулого, а інструмент майбутнього. Його роль полягає в тому, щоб забезпечити моді здатність до самооновлення без надмірного виробництва, підтримати етику повторного використання і створити умови для культурної тяглості в добу швидких змін. У цьому сенсі архів стає новим енергетичним ресурсом індустрії — ресурсом пам'яті, що живить її інновації та етику.

У рамках стійкої моди бренди дедалі частіше використовують архіви як ключовий елемент стратегії циркулярності, не тільки для маркетингу, а як частину бізнес-моделі, що зменшує витрати ресурсів і створює нові життєві цикли для продуктів. Наприклад, Guccі запустив ініціативи «Guccі Continuum» і «Guccі Preloved» через платформу Guccі Vault, які акцентують увагу на продуктах, створених із восьмого використаного (*deadstock*) матеріалу, і на вторинному ринку – ресейлі та оновлених архівних предметах [16]. Це означає, що архівне надбання бренду, тканини, фурнітура, зразки, не просто зберігаються, а входять у новий цикл виробництва або розповсюдження: таким чином відбувається економія матеріалів, зменшення відходів і продовження «життя» речей [19].

Ініціатива Circular Hub від Guccі та материнської групи Kering – ще один приклад: центр інновацій у Тоскані об'єднує виробництво, постачальників і старі матеріали в єдиний ланцюг циркулярності. У цьому контексті архів виступає як

джерело вторинного матеріалу (deadstock, вінтаж, відновлені аксесуари), а бренд виконує функцію куратора, системного організатора повторного використання. І це не просто тенденція, а певна внутрішня операційна логіка. Дослідження показують також, що на вторинному ринку вінтажних і брендових речей бренди, які контролюють архіви й ресейл-канали, отримують переваги: доступ до нової аудиторії, запознавання початківців із брендом, зменшення бар'єрів входу. Наприклад, аналіз вторинного ринку зазначає, що продаж уживаних розкішних речей може стимулювати купівлю нових у бренду, а не втрачати клієнта. Отже, архівна мода не тільки «повторює минуле», а створює економіку повторного використання, де старе стає ресурсом для нового, зберігаючи культуру бренду і мінімізуючи екологічний слід.

Водночас важливо звернути увагу на виклики: повторне використання постійно стикається з питаннями автентичності, контролем якості, логістикою, а також культурною цінністю. Чи не знецінюється спадщина, якщо її перевиробляти чи перетворювати на масовий продукт? Успішна стратегія включає не просто архівування, а прозору документацію, часткову реставрацію, обмежені лінії та чітку комунікацію про походження матеріалу.

Висновки

Архівна мода сьогодні – це гібридна сфера: музейно-наукова діяльність, бренд-управління, цифрове креативне виробництво і соціальні практики інфлюенсерів. Найвпливовіші тренди пов'язані з цифровізацією, монетизацією спадщини та зростанням попиту на вінтаж як елемент сталого споживання. Оцифрування архівів відкриває величезні можливості (доступ, ко-креація, XR), але водночас вимагає стандартів метаданих, етики репрезентації та стратегій фінансування. Інфлюенсери стали новими «провідниками» архівної моди, але дослідники мають критично відрізняти краєзнавчий/інституційний контекст від популярного контенту та аналізувати вплив таких практик на споживчу поведінку.

«Протеїновий» підхід до дизайну – плідний метод для творчих інновацій, але вимагає етичної рефлексії і чіткої документації джерел. Для України: інтеграція локальних архівних практик у європейські мережі, розвиток стандартів оцифрування й публічних платформ і фінансування з боку інституцій – критично важливі. Українські кейси мають потенціал стати частиною глобальної дискусії про спадщину і сталу моду.

РОЗДІЛ 2. НАУКОВИЙ

Практичні підходи архівної моди мають безліч варіацій, все залежить від конкретної мети дослідника та оптики погляду на моду минулого. Метою даної кваліфікаційної роботи є розробка колекції сучасного одягу певної естетичної спрямованості. Детально це питання розглянуто в третьому розділі, але другий розділ підсумовує проведені передпроектні дослідження. В ньому представлений огляд таких актуальних сьогодні тенденцій як постграндж та антигламур, а також аналіз творчості низки дизайнерів, чия діяльність певним чином перегукується з цими напрямками і, одночасно, цікава з точки зору дослідження методів архівної моди. Особлива увага в розділі присвячена осмисленню та структуризації конкретних дизайнерських практик.

2.1. Архівна мода та історичний контекст

Так звана «архівна мода» пов'язана з історичним контекстом, рідкістю та актуальністю одягу для творчості дизайнера в ретроспективі, що спричинило стрімке зростання цін на платформах перепродажу секонд-хенду, таких як Grailed. Чи може це зберігання секонд-хендів і ажіотаж навколо Archive Fashion бути стійкими? Яскравим прикладом того, чого шукають архівісти, є культова колекція Рафа Сімонса осінь/зима 2003 року «Closer», названа на честь альбому Joy Division і створена у співпраці з графічним дизайнером альбому Пітером Савіллою. Парку з колекції, розписану вручну, продали на Farfetch майже за 15 000 доларів США. Інші платформи, такі як Depop або Grailed, використовують цей термін для класифікації вінтажних дизайнерських виробів, як-от нейлонові сумки Prada або Gucci Tom Ford, які продаються під загальним терміном «Архів», позначаючи продукти як відповідні історичному тону бренду.

Такий наголос на дефіциті та ексклюзивності може дзвонити в «Великий» дзвін для деяких. У культурі ажіотажу ціна та ексклюзивність визначають статус покупця, який часто супроводжує матеріалістична хвилюватість. Хоча є схожість у трактуванні моди як інвестиції, Archive Fashion приділяє більше уваги художній

цінності. Коли справа доходить до моди hypebeast, цінність швидше визначалася новизною речі на той момент. Вісь цінності/часу виглядає протилежною для Archive Fashion, де цінність генерується з часом. Однак можна стверджувати, що Archive Fashion сама зазнає «гайп-звірства». Природно, що рідкість і висока ціна предметів можна похвалитися. Важко визначити, чи власник цілісно розуміє важливість речі, окрім її фінансової вартості. Це призводить до клієнтської бази, що складається з обох типів споживачів; тактичні інвестори та архівісти з музейним підходом до колекціонування. Нещодавно крах Rana Plaza у 2013 році, який спричинив загибель понад 1000 швейних працівників, викликав дискусію про соціальну та екологічну експлуатацію, яка є поширеною в індустрії моди. Спільною цінністю тих, хто виступає за стійке споживання моди, є оцінка продукту, а також ресурсів, праці та часу, витрачених на його створення. За останні 20 років наше споживання зросло на 400%, і цій тенденції не видно кінця. Навіть найменший погляд на ці звички купівлі та утилізації показує, що більшість сучасних споживачів здається марною. Фактично, підраховано, що більше половини всіх речей швидкої моди утилізуються менше ніж через рік після їх придбання. Зайве говорити, що це сигналізує про нагальну потребу переоцінити наші стосунки з одягом. Несподівано підхід Archive Fashion до розуміння моди як культурного артефакту, ставлення до одягу з належною відданістю та надання йому емоційної історичної цінності виглядає цілком розумним, враховуючи наше величезне надмірне споживання. чи не так? Архівістові ніколи не спало б на думку викинути її у смітник, що було б так само неправильно, як викинути книгу, яку так само шанують як культурне надбання, а не як продукт. Я не кажу, що нам потрібно архівувати кожен предмет на цій планеті; однак ширше впровадження тісного зв'язку між одягом, власником і дизайнером Archive Fashion допомогло б боротися з нашим бездумним споживанням одягу.

З огляду на це, коли цей трикутний модний зв'язок і контекстна перевірка призвели до того, що коричневий спотворений комплект Comme des Garçons 1997 року продається за 35 000 доларів США на Grailed, ми катапультиємося на

протилежний кінець безглуздої шкали. На сьогоднішній день найдорожчим товаром, проданим на Grailed, залишається бомбер Raf Simons Riot Riot Riot з його новаторської колекції осінь-зима 2001 року. При ціні в 47 000 доларів США це може бути піком ціни, на яку впливає контекстуалізація. Камуфляжна куртка відсилала до політичного та поп-культурного духу часу та проклала шлях рокам вуличного одягу. Говорячи про контекстуалізацію; середня ціна б/у куртки в 2010 році становила близько 26 доларів США. Звичайно, тут розглядаються дві дуже різні цільові групи. Але все ж ціноутворення є питанням, яке викликає сумніви. У моді класу люкс немає нічого нового, де дефіцит обмежує доступність певних предметів, що в кінцевому підсумку закінчується елітарним ринком моди. Хоча в цьому окремому випадку можна стверджувати, що набір Comme des Garçons є предметом мистецтва, а не одягом, ця непомірна ціна є зоровою щілиною в цінових стратегіях світу архівної моди, яка може перебільшувати ціни деяких інших товарів. ручних речей у десять разів більше, ніж у нових аналогів. Для ілюстрації: черевики на платформі Rick Owens нові коштують близько 1500 доларів США, але деякі вживані моделі на Grailed продаються в десять разів дорожче. Ця сторона ринку вживаних автомобілів більше не пов'язана з економією, хоча спільнота Archive Fashion цього також не стверджує. Бажано, щоб він знаходився в секторі розкішної моди, серед розкішних клієнтів, де завжди було прагнення до ексклюзивності. Зрештою, чи не краще, якщо цей апетит задовольнятиметься секонд-хендом? Тож, зрештою, чи може бути стійким цей контроль над речами секонд-хенду та ажіотаж навколо Archive Fashion? Можна сказати, що однозначної відповіді на це питання немає. Якщо цей ажіотаж призводить до того, що одяг купують тому, що він модний, а не тому, що він потрібен, таку поведінку споживачів навряд чи можна назвати стійкою. Хоча все ж таки краще не задовольняти цей миттєвий потяг до споживання за допомогою нововироблених товарів, це все одно сприяє розумінню моди як товару недовговічного використання. Крім того, чому ми взагалі тримаємо ворота? Секонд-хенд може бути відкритим для будь-кого, а круті предмети для крутих

дітей? Позиція «Ви не можете сидіти з нами» та позиція «Якщо ви знаєте, то знаєте» є добре відомими явищами в моді, що спричинило її репутацію елітарної та осудливої. Зрештою, більш доброзичливе ставлення до тих, хто цікавиться навчанням і цікавиться модою, не тільки допоможе подолати токсичність гейткірингу, але й сприятиме більш виваженому споживанню, не дивлячись на одяг поза його матеріальністю. Чи можна вважати Archive Fashion стійким чи ні, зрештою, залежить від моделі споживання окремого архіваріуса. Для них мода в ідеалі набуває емоційної цінності та втрачає свій тривожний статус одноразового продукту. По правді кажучи, Archive Fashion, ймовірно, знаходиться десь між захопленням історично значущими речами та тактичною інвестицією – те, чим захоплюється невелика група ентузіастів моди, і що фінансово доступно для ще меншого кола. Зрештою, вдячність за одяг та його історію є уроком, який ми всі можемо почерпнути від архівістів і включити у свій власний куточок світу моди [20].

2.2. Комплексний аналіз практичних підходів проєктування сучасного одягу формату «архів»

2.2.1 Тенденції постгранджу та антигламуру в сучасному одязі

Постграндж і антигламур (англ. post-grunge, anti-glam, distressed/trash style) – це сьогодні кілька суміжних, але різних естетичних явищ, які об'єднує відмова від «полірованого» вигляду й успішна робота з «неідеальністю» одягу. Постграндж ревіталізує елементи 1990-х (фланелі, потерті джинси, багатошаровість, «сонний» силует), але часто синтезує їх із сучасними технічними рішеннями. Антигламур/«треш-естетика» навмисно експлуатує епатаж, невідполірованість, конфліктну фактуру й поєднання несумісних елементів, іноді як соціальний коментар проти масової споживацької краси. Обидві хвилі тісно пов'язані зі зростанням ролі вінтажу, апсайклінгу та second-hand культури, тобто фактично архівні речі й «сміттєві» матеріали перетворюються на стратегічний ресурс дизайну [21, 22].

Розглянемо окремі практичні підходи в сучасному дизайн-проектуванні одягу. Формування колекцій у стилі post-grunge та anti-glam передбачає роботу з матеріальними та візуальними кодами «зношеності», «помилки», «деформації» як естетичних категорій. Дизайнери не приховують процес старіння речі, а навпаки, перетворюють його на творчий інструмент. Технологічна робота з текстилем у межах цих напрямів спрямована на симуляцію або підсилення ефектів часу, відновлення архівних артефактів і створення нових форм через деконструкцію та апсайклінг.

Однією з найпоширеніших технік є **distressing** – контрольоване «зношення» матеріалу. За допомогою механічного або хімічного впливу тканину навмисно роблять старішою, шорсткішою, «вицвілою». Для цього застосовують абразиви (наждачний папір, пемза), гострі інструменти (лезо, голки, ножиці), теплову обробку або часткове вибілювання. Ефект може варіюватися: від легкого матування до повного руйнування волокон, тому дизайнер зобов'язаний тестувати інтенсивність процесу на зразках. Такі прийоми створюють фактуру, що візуально «пам'ятає» попереднє життя речі, роблячи одяг більш живим, емоційно навантаженим і близьким до архівної естетики.

Важливою складовою є **деконструкція та реконструкція** – методи, коли дизайнер розбирає готову річ або архівний зразок, а потім переосмислює його шляхом перекроювання, нашивання чи асиметричного поєднання частин. Це дозволяє використовувати минуле як матеріал для нової ідеї. Наприклад, підкладка може ставати декоративною поверхнею, шви – акцентом, а невидимі раніше конструктивні елементи – основою нового силуету. Деконструктивний підхід робить процес проектування схожим на археологічне дослідження, коли дизайнер ніби «розкопує» приховану логіку речі, перетворюючи її на щось нове, але зберігаючи пам'ять про попередній контекст.

Не менш значущим є принцип **visible mending** — «помітного ремонту». У постгранджевій та антигламурній естетиці латки, шви, штопки й аплікації не приховуються, а, навпаки, виставляються напоказ як елементи дизайну. Це може

бути ручне вишивання, вільна аплікація, традиційна японська техніка *sashiko* або грубі машинні зигзаги. У таких випадках тканина стає носієм історії, а акт ремонту – художнім жестом. Замість прагнення до ідеалу новизни, колекція демонструє процес життя речі, її трансформації та відновлення, що цілком відповідає принципам сталого дизайну.

Паралельно розвиваються практики **апсайклінгу** – повторного використання текстильних залишків, deadstock-матеріалів або архівних речей. Це не лише етичний, а й креативний процес, що стимулює винахідливість. Застарілі вироби можуть перетворюватися на нові форми шляхом розпорювання, зміни пропорцій, фарбування або цифрового друку, який маскує дефекти та додає нових сенсів. Апсайклінг у постгранджі часто супроводжується ручною роботою, непередбачуваністю і певною «сирістю», що підсилює естетику недосконалості.

Важливе місце займають **поверхневі техніки текстуризації**, спрямовані на створення ефектів «вицвілого», «запиленого», «брудного» або «потертого» вигляду без повного руйнування матеріалу. До таких прийомів належать пігментне чи реактивне фарбування, локальне вибілювання, лазерна гравіровка, перевід друку через сітку, нанесення нано- або воскових покриттів. Комбінація природних і синтетичних ефектів дає можливість досягти складної фактури, що відповідає настроєвій палітрі post-grunge – від приглушених сіро-бурих до «вигорілих» неонових кольорів.

Ще один суттєвий напрям – **конструктивні рішення**, які формують характер силуету. Для post-grunge типовими є oversize, багат шаровість, асиметрія, унісексовість. У той час як антигламур прагне радикальнішої деконструкції, тобто контрасту між недбалістю та театральністю. У практиці це реалізується через модульні деталі, знімні панелі, відкриті застібки, необроблені краї. Такі рішення дозволяють створювати трансформовані форми, де кожен елемент має потенціал змінюватися залежно від контексту, у дусі гнучкої, «протеїнової» моди.

Усі ці техніки поєднують матеріальне й символічне: distressing і patchwork працюють із фактурою, а деконструкція й апсайклінг – із наративом. Для дизайнера важливо не лише володіти ручними й технологічними прийомами, а й осмислювати їх культурно, як способи створення нової моделі пам'яті у моді. Саме через практичні методи «руйнування» та «ремонт» формується естетика постгранджу й антигламуру, естетика, яка бачить красу в уламках і цінність у процесі перетворення.

2.2.2 Особливості сучасного японського дизайну одягу

Насамперед, обговорення архівної моди було б неповним без згадки про Японію, яка народила деяких із найвідоміших і найвпливовіших дизайнерів будь-якої країни. Такі ікони, як Рей Кавакубо (Comme Des Garçons), Їоджі Ямамото, Іссі Міяке та Джунья Вантанабе, відіграли важливу роль у визначенні моди другої половини 20-го століття та продовжують впливати на тенденції сьогодні. Їхня діяльність найчастіше поєднувалась з поняттям «авангардна мода». Авангардний дизайнер не ставить за мету диктувати моду. Він задає новий вектор естетичного та ідеологічного розвитку у моді і тим самим випереджає час. Він перебуває у постійному пошуку нового. Японські дизайнери Ісей Міякі, Їоджі Ямамото та Рей Кавакубо – це яскраві представники модного авангарду. Рей Кавакубо знаменита своїм експериментальним баченням дизайну, яке протягом кар'єри постійно розвивається, знову і знову дивуючи новизною форм та архітектурою одягу. Їоджі Ямамото, відомий своєю прихильністю до чорного кольору, відточив кравецьку майстерність до такого рівня, що за всією багат шаровістю та драпіруванням та іншими конструкторськими рішеннями, фокусами. Одноманітність кольору не здається нудною. Ісей Міякі – це вчений від світу моди. Він отримав визнання за свої дослідження у галузі матеріалів, конструкцій та технологій, які за складністю можуть прирівнюватись до мистецтва. Ісей, Їоджі, Рей ніколи не зупинялися на досягнутому, вони завжди розвивалися, вони завжди грали роль передового загону. З часом їх нововведення

ставали класикою моди, але у період вони робили революцію. Сенс їхнього дизайну – це постійний пошук нових форм, технік, крою, силуету, наділення колекції одягу сенсами, що дозволяють розкривати предмет моди з нових сторін. Починаючи з 70-х років, мода як соціокультурний феномен здобула визнання не тільки серед істориків, соціологів, економістів та філософів, а й обросла суспільством ентузіастів, поціновувачів та дослідників, що розглядають моду з критичної точки зору. Мода почала сприйматися не тільки як капіталістична машина з виробництва та продажу товарів, а й як феномен, що створює мистецтво. Тобто щось глибоке, духовне та символічне.

Японський авангард у моді другої половини XX — початку XXI століття став основою для сучасного розуміння «архівної моди». Такі дизайнери, як Рей Кавакубо, Йоджі Ямамото, Іссі Міяке та Джунья Ватанабе, переосмислили не лише естетику, але й саму практику створення одягу. Їхня робота дала підґрунтя для сьогоденних форматів *post-grunge*, *anti-glam* та *upcycling*-проєктів, у яких дизайн розглядається як процес розбору, повторного складання й архівного цитування. Японський підхід до форми – це завжди синтез ремісничої точності й філософської інтуїції. Кожен із цих дизайнерів працює з архівом не як зі сховищем минулого, а як із матеріалом для нової естетичної конструкції.

Рей Кавакубо, наприклад, відома тим, що вивела ідею «деконструкції» у моду на рівень методології. Для неї процес створення одягу – це не лінійне пошиття, а руйнування і переформатування усталених форм. Дизайнерка «розглядає одяг як філософський жест, як акт спротиву традиційному розумінню тіла й краси [23]. У практичному сенсі її команда у *Comme des Garçons* використовує метод розбору готових виробів, внутрішніх деталей (бірки, підкладки, прокладки), які перетворюються на зовнішні елементи конструкції. Це вимагає надточної технічної роботи — балансування між хаосом і контролем. Як зазначає *Metropolitan Museum of Art* у каталозі виставки *Rei Kawakubo/Comme des Garçons: Art of the In-Between* (2017), дизайнерка «створює нову форму через зіткнення протилежностей: об'єм і порожнеча, структура і

розпад» [24]. Для дослідників архівної моди її підхід показує, як старі зразки можуть бути переосмислені через аналітичну деконструкцію – розбір крою, перерозподіл акцентів і побудову нових контурів на базі попередніх лекал. Це не копіювання архіву, а його відкрита трансформація.

Йоджі Ямамото йшов шляхом дослідження архітектура тіла й інтуїтивного драпірування. Якщо Кавакубо працює з руйнуванням форми, то Йоджі Ямамото – з її архітектурною побудовою. Він моделює одяг через драпірування, що дає змогу «чути» матеріал, не підкоряючи його жорстким правилам. Сам дизайнер пояснює: «Я не створюю дизайн, я слухаю тканину» [25]. На практиці це означає тривимірне моделювання без попередніх креслень: тканина формується безпосередньо на манекені або тілі, а потім фіксується у вигляді лекала. Такий підхід — інтуїтивний паттерн-мейкінг, що дозволяє працювати навіть із фрагментами старих тканин, архівних залишків або відновлених полотен, які неможливо розкроїти за стандартними схемами.

Відомий також метод Ямамото з використанням «чорного як структури»: темна тканина слугує не лише кольором, а й інструментом композиції. Як описує Ямомото свій метод, його силуети будуються навколо порожнечі, що «дозволяє тілу створювати власну форму» [25]. Практичний висновок для дизайнерів архівної моди: драпірування – це ключ до відновлення старих матеріалів, коли потрібно зберегти природну поведінку тканини. Це шлях до формотворення без надмірного втручання в автентичність текстилю.

Іссі Міяке – центральна фігура японського технологічного дизайну. Його практика змінила уявлення про те, як можна створювати одяг із тканини, не підкоряючись традиційним правилам крою. Дві головні його інновації – це плісування (Pleats Please, Homme Plissé) і концепт А-РОС (A Piece Of Cloth) Плісування у Міяке – це не декоративний, а технологічний процес: тканина формується термічною обробкою після пошиття, що зменшує кількість відходів і дозволяє створювати одяг, який зберігає форму при носінні та пранні. Інновація полягає у «створенні руху в матеріалі без жодного надлишку» [26].

A-POC – це радикальна модель виробництва, у якій форма задана безпосередньо в процесі ткацтва. Дизайнери працюють із комп'ютерними програмами, що кодують структуру тканини, утворюючи цілісний «одяг із нитки». Дослідники з ResearchGate пояснюють: «A-POC є прикладом переходу від дизайну форми до дизайну процесу — коли твориться не річ, а система її створення» [27]. З позицій архівної моди, цей підхід відкриває можливість «реінженерії» старих матеріалів – через перетворення залишків у нову тканину або створення «архівних полотен» із міксу волокон.

Джунья Ватанабе, учень Рей Кавакубо, відомий тим, що об'єднує архівні форми з технологічними матеріалами. Його робота полягає у дослідженні можливостей синтезу: класичний денім, військові уніформи, робочий одяг стають базою для експериментів із сучасними текстильними мембранами, технічними трикотажами, водовідштовхувальними покриттями. Як зазначає Vogue (2024), Ватанабе «перетворює ортодоксальні речі на витончені, відштовхуючись від колаборації» (Vogue, 2024). Його підхід до проектування — це patchwork-інженерія, де комбінація різних фактур створює нову систему функціональності [28]. Технічно це реалізується через розробку прототипів у співпраці з виробниками: експериментальні партії тканин, лабораторні тести на міцність, композитні структури з різними шарами. Така стратегія може бути використана для upcycling-дизайну, коли старі речі «реміксуються» не тільки візуально, а й технологічно, шляхом доповнення новими матеріалами чи обробками.

2.2.3 Бельгійський дизайн і архівна мода

З великою повагою архівісти сприймають групу бельгійських дизайнерів, відому як «Антверпенська шістка» (Енн Демеулеместер, Дірк Біккембергс, Дріс Ван Нотен, Вальтер Ван Бейрендонк, Марина Йї та Дірк Ван Саєн) та сучасний бельгійський Maison Martin Margiela. Антверпенська шістка закінчили Королівську академію образотворчого мистецтва на початку 1980-х років і

продовжували домінувати в радикально мінливому світі моди наприкінці 80-х і 90-х. Прогресивність їхніх колекцій того часу призвела до неймовірно високого попиту на згаданий одяг і деяких із найбільш відданих колекціонерів дизайнерського одягу.

Архівна мода в сучасному контексті розуміється не лише як ностальгійне звернення до минулого, а як дослідницький інструмент, що дозволяє розкривати структуру одягу, процеси його виготовлення і культурні шари, закладені у матеріалі. У бельгійському контексті, насамперед у творчості Мартіна Маржеля, Анн Демельмейстер та Дріса ван Нотена, архівність стає не темою, а практикою, тобто методом проєктування, де деконструкція, реставрація, стратифікація та каталогізація є основними художньо-технологічними прийомами. Їхня робота з матеріалом, поверхнею і формою перетворює кожен виріб на носій пам'яті, на документ, що зберігає сліди минулого використання, виробництва чи навіть експерименту.

Мартін Маржела у цьому сенсі є центральною фігурою. Його підхід до одягу – це систематична деконструкція, де конструктивні елементи не приховуються, а виводяться на поверхню. Видимі шви, вивернуті підкладки, нерівні краї, оголені кістяки крою – усе це створює ефект «відкритого архіву», в якому кожен виріб показує власну історію виготовлення. Маржела пропонує сприймати дизайн як акт документування, а не маскування. Практично цей метод реалізується через техніки реконструкції: розбір готових речей на панелі, фіксацію пропорцій, перевід старих форм у нові лекала, що відтворюють первісну структуру, але в іншому матеріалі чи масштабі. Такі дії дозволяють дизайнерам не лише розуміти логіку крою, а й створювати нову естетику, естетику недосконалості, де залишені шви, клейові мітки або обірвані нитки стають свідомими архівними жестами [29, 30]

Анн Демельмейстер розвиває іншу, поетичну лінію архівності. У її творчості шарування та драпірування стають метафорою часу. Кожен шар тканини ніби стає фрагментом спогаду, кожна нерівність або шрам на поверхні –

свідчення минулого руху чи дотику. Її практичні прийоми спрямовані на створення модульного одягу, який можна компонувати, як архівні шари. Вона використовує багат шарові силуети, асиметрію, пластику драпірування та «поетичну» недосконалість. Ці методи набувають особливої цінності у контексті сучасного сталого дизайну, де важливо не знищувати сліди носіння, а навпаки, зберігати їх як елемент виразності. Дрібні латки, нерівні шви, «шрами» тканини утворюють новий візуальний код, код пам'яті, продовження історії речі. Демельмейстер часто створює образи, які ніби витягнуті з архіву минулого, але оживають у теперішньому; вона не копіює старе, а переводить його в нову тактильну і поетичну площину [31, 32].

Дріс ван Нотен у свою чергу репрезентує аналітичну, текстильно-дослідницьку сторону бельгійської архівної школи. Його робота з принтами, фактурами і кольором ґрунтується на принципах систематизації та колажу. В його студії створюється своєрідний архів принтів – бібліотека мотивів, зразків і відтінків, які постійно переробляються та змішуються у нових колекціях. Архів у цьому випадку є живим інструментом: старі візерунки скануються, фотографуються, доповнюються цифровими ефектами і знову повертаються у тканину. Цей процес схожий на лабораторну практику, де кожен матеріал проходить етапи збереження, переробки й перевипуску. Для дизайнера це означає необхідність вести власний каталог матеріалів: фіксувати склад, методи фарбування, відтінки, комбінації. Так формується не просто колекція речей, а система знань про текстиль, яка й утворює основу архівної естетики ван Нотена [33, 34].

Бельгійська архівна традиція таким чином виявляється не стилістичним напрямом, а методологією роботи. У ній важливо не лише виготовити виріб, а й осмислити процес його створення, фіксуючи кожен етап, від джерела натхнення до прототипу. Для сучасного дизайнера цей підхід може бути реалізований через практику створення власного архіву, який являє собою колекцію матеріальних і візуальних фрагментів, що документують еволюцію форми. Робота з такими

архівами вимагає аналітичного мислення: потрібно не просто накопичувати речі, а класифікувати їх за типом конструкції, матеріалом, кольором, функцією. Це відкриває можливість реконструкції, коли нові вироби створюються шляхом комбінування різних фрагментів минулих.

Якщо спробувати синтезувати практичні принципи бельгійських дизайнерів у єдину методику, то можна виділити кілька базових стратегій. По-перше, це деконструкція – усвідомлене розбирання готового виробу (Маржела), що дозволяє побачити приховані частини конструкції і переосмислити їхню функцію. По-друге, шарування і реставрація (Демельмейстер), тобто створення композицій із різних матеріалів і станів тканини, збереження пошкоджень як елементу естетики. По-третє, систематизація і повторне використання (Ван Нотен) – створення власного текстильного архіву, який працює як ресурс для постійних експериментів із принтами й кольорами.

У дипломній роботі магістерського рівня ці підходи можуть бути реалізовані через створення експериментальної колекції, побудованої на принципі архівної реконструкції. Наприклад, можна зібрати добірку старих речей, розібрати їх на частини, задокументувати процес (фото, опис, креслення), потім побудувати на цій основі нові силуети, що зберігають «сліди» первісних форм. Одночасно доцільно створити каталог текстильних експериментів – невеликих серій принтів, фарбувань або драпірувань, які утворюють матеріальний архів колекції. У такий спосіб архів стає не лише темою дипломного проєкту, а структурним принципом його побудови.

Бельгійська школа архівної моди демонструє, що пам'ять може бути не лише концептом, а й матеріалом. У Маржели – це пам'ять конструкції, у Демельмейстер – пам'ять емоційного стану, у Ван Нотена – пам'ять текстури. Усі вони працюють із минулим не як із музейним артефактом, а як із живим середовищем, здатним генерувати нові форми. Саме це робить їхню творчість ключовою для розуміння архівної моди як практичного методу дизайну такого, що не просто цитує історію, а продовжує її у сучасному одязі.

2.2.4 Творчість Рафа Сімонса

Raf Simons є одним із найвідоміших світових брендів чоловічого одягу та залишається провідним в архівній моді. Свій лейбл Раф Сімонс запусти у 1995 році, як дизайнер чоловічого одягу, чий одяг натхненний бунтарством, субкультурами та іншими формами підривної діяльності та контркультур. Обмежена пропозиція та новизна архівних творів Сімонса особливо підвищили привабливість. Постійна актуальність у популярній культурі означала, що більше людей зацікавилися попереднім каталогом Рафа Сімонса. Одним із найкращих прикладів є американський репер A\$AP Rocky, якого часто можна побачити в архіві Raf Simons. Захоплення A\$AP Rocky дизайнером було розширено через пісню RAF, де багато з його найбільш знакових дизайнів можна знайти у музичному відео. Одним із об'єктів-символів архівної моди та архівного суспільства є бомбер з колекції 2001 року.

Восени 2001 року Сімонс повернувся в моду після однорічної відпустки. У березні 2000 року він залишив свою імперію, що почала починати, і взявся за низку інших робіт, викладаючи в школі дизайну у Відні та консультуючи бельгійського судноплавного магната щодо його колекції творів мистецтва. Нове виробниче партнерство дозволило йому зменшити розмір команди та тісніше співпрацювати зі своїми колегами. Результатом стала гіперстилізована колекція міських радикалів осені 2001 року. Це була відмова від струнких, незграбних форм ранніх робіт Сімонса. Одяг великого розміру (куртки-бомбери, капюшони, смугасті водолазки, штани) становив основну частину модельного ряду, з моделями, повністю вкритими одягом, багато з шарфами, загорнутими навколо обличчя втричі. «На блошиному ринку у Відні я бачив молодих людей з України чи Румунії, які просто лежали шар за шаром і таким чином створювали власні об'єми через холод», сказав він тоді швейцарській газеті *Neue Zürcher Zeitung*. Як інакше назвати цю колекцію іконоборців, як не «Бунт Бунт Бунт» [35].

Раф Сімонс у контексті «архівної моди» працює як дизайнер-архіватор та інтерпретатор, його підхід поєднує уважну роботу з історією предмета, художні

колаборації та лабораторні текстильні експерименти, що перетворюють архів не лише на джерело референсів, а на активний матеріал для нових конструкцій. Починаючи свою кар'єру в Антверпені, Сімонс швидко сформував естетику, в якій музична і субкультурна спадщина (пост-панк, естетика молодіжних рухів) тісно переплітається з індустріальними та ремісничими практиками. Ця подвійність дає їй архівний характер: речі й образи ніби зібрані з фрагментів часу й реінтерпретовані в сучасному одязі. Практично це означає, що в студії Сімонса архівні предмети, від рекламних плакатів і фото до старих курток і тканинних зразків, не просто зберігаються, а систематично скануються, аналізуються й перетворюються на набір функціональних елементів: лекал, принтів, аплікацій і нових структур. Ця методика документування й трансформації постійно фіксується в процесі: прототипи, тестові тканини і рецепти фарбування зберігаються як «метадані» колекції, що дозволяє команді відтворювати або навмисно варіювати «архівні» характеристики у наступних випусках [36].

Особливу роль у практичних методах Сімонса відіграє робота з текстилем у довготривалих колабораціях: наприклад, співпраця з виробником Kvadrat показує підхід, який можна назвати «архівною інженерією тканини» – від ідеї до матеріалу проходить тривалій процес дослідження, де фрагменти історичних візерунків і сучасні технічні властивості поєднуються у складні текстильні рішення. Для дипломної практики цей аспект дає чітку інструкцію: замість миттєвого друку або швидкого фарбування, корисно закласти етапи тривалої розробки зразка (прототипірування, погодження рецептури барвника, тести зносостійкості), фіксуючи все як частину архіву процесу, і таким чином текстиль сам стає носієм часових шарів і виробничих рішень. Ще одна характерна практична риса діяльності Сімонса пов'язана з ревізією і повторним видавництвом власного архіву: наприклад, ініціативи з «архівних» релізів (reissues) демонструють, як дизайнер організовує матеріали минулих колекцій у нові продукти, одночасно документуючи зміни у крої, оздобленні та матеріалі. Це не просто ностальгія: це метод тестування того, як певні конструктивні

рішення «живуть» у різних продуктах і як їх можна адаптувати під сучасні технології виробництва. В контексті нашого дослідження, метою якого є створення власної колекції одягу, це означає: створіть невелику серію «архівних ререлізів» (точні або інтерпретовані копії важливих елементів вашого дослідження) і порівняйте їх із первинними зразками, фіксуючи відмінності у виготовленні й поведінці матеріалу [37].

Конструктивно Сімонс часто працює з простими формами, які насичує конкретними архівними деталями: принтами з фотографій, текстильними «шрами», асиметріями та аплікаціями – техніками, які легко реплікуються в академічній роботі. Практичні вправи можуть включати створення серії лекал, де один і той самий базовий силует трансформується за допомогою різних «архівних» вставок (наприклад, шматок старого бомбера перетворюється на кишеню або кокетку) або застосуванням різних принт-матриць, отриманих із відсканованих артефактів. Такий підхід дає можливість демонструвати в роботі не тільки естетичну ідею, а й конкретні технічні рішення з кресленнями, маркуванням частин і технологічними картами. Архівна мода у Сімонса також означає роботу на межі між модою та мистецтвом: колаборації з художниками (наприклад, Sterling Ruby) показують, як можна запозичувати техніки художньої праці для створення «об'єктів одягу», в тому числі, фарбування, міксові матеріали, нестандартні аплікації. Для випускної роботи це відкриває поле експериментів: запросити художника/майстра, провести воркшоп з технік, документувати трансформацію художнього прийому у виробничу практику. І як результат – наочний доказ міждисциплінарності архівного підходу і можливість досліджувати вплив соціокультурного контексту на технічні рішення [38].

Методологічно важливим є й усвідомлене збереження «слідів використання»: Сімонс не завжди прагне «ідеального» стану матеріалу; навпаки, він іноді акцентує природні зміни тканини чи старіння як частину естетики. Це поєднується з практиками апсайклінгу, ремонту та латання, що в академічному проекті слід фіксувати не як дефекти, а як дизайн-елементи, з описом методів

реставрації, вибору ниток, зміцнення швів і методикою вбудовування заплат. Така документація перетворює пошкодження на кваліфікований художній ресурс і підкріплює тезу про архів як живий матеріал

Нарешті, важливо підкреслити метод архівної презентації: Сімонс часто організовує виставки та ретроспективні покази, де сам процес розробки стає частиною експозиції, в якій прототипи, матеріали, колажі і знімки стоять поруч із готовими виробами. Для дипломного захисту це означає, що окрім традиційної колекції варто підготувати візуальний архівний додаток: дошки зразків, каталоги з рецептурами, фото- і відеодокументацію робочого процесу та короткі технічні описи. У підсумку можна зазначити, що підхід Рафа Сімонса до архівної моди – це практична методика, що поєднує систематизацію, довготривале текстильне дослідження, колаборативні експерименти та свідоме збереження слідів носіння. Для магістерської кваліфікаційної роботи ці практики дають чітку дорожню карту: збирання й каталогізація матеріалів, прототипування й тривала розробка текстилю, реконструкція й трансформація фрагментів у нові конструкції, документування технологій реставрації та презентація процесу як частини проекту. Такий підхід дозволяє зробити архів не лише темою, а робочим інструментом, що породжує чіткі технологічні рішення й багатошарову естетику одягу.

2.3 Сучасна трансформація стилю мілітарі і архівна мода

Як раніше було зазначено, мода зазвичай розглядається як віддзеркалення змін у культурі, суспільстві та історії, і важко знайти вплив більш значущий, ніж військовий. За останні сто років військова форма й стиль поступово проникли у повсякденну моду, трансформувавшись із утилітарного одягу у культові елементи гардероба в усьому світі. Бомбери, штани карго, тренчі та речі з камуфляжним принтом зайняли своє місце у сучасному модному лексиконі, що породжує питання: чому військова естетика залишається актуальною навіть у

мирний час? Відповідь криється не лише у практичності цих речей, але й у глибокому культурному символізмі, який вони втілюють.

Вплив військової форми на світ моди почався у XX столітті, передусім із практичної необхідності. Під час Першої та Другої світових воєн і військові, і цивільні потребували міцного функціонального одягу. Польові уніформи створювали з акцентом на практичність: вони мали бути витривалими, пристосованими до різних погодних умов і забезпеченими великою кількістю кишень для зберігання необхідних речей. Часто їх виготовляли з надійних матеріалів, таких як шерсть, бавовна, а згодом і синтетичні волокна.

Після закінчення воєн надлишки військової форми потрапили у цивільний обіг. Наприклад, культовий тренч, створений спочатку для британських офіцерів під час Першої світової, швидко здобув популярність серед цивільних завдяки стійкості до негоди та елегантному силуету. Подібно, у Другу світову війну поширилися бомбери, які носили пілоти бомбардувальників — звідси й назва. Після війни цей дизайн привернув увагу широкої аудиторії, і перетворення бомбера з військового одягу на елемент масової моди стало початком більш масштабної зміни у сприйнятті мілітарі-стилю: тепер він асоціювався не лише з утилітарністю, але й зі стилем та універсальністю.

Однією з головних причин, чому мілітарі одяг залишається актуальним, є його функціональність. Наприклад, штани карго з місткими кишенями зручні як для повсякденного використання, так і для активного відпочинку. Міцність та продуманість військового крою приваблюють як туристів і спортсменів, так і модників. Однак, крім практичності, мілітарі-естетика зберігається завдяки своєму культурному та символічному значенню.

Військовий одяг несе ауру авторитету, сили та витривалості. У моді ці риси часто використовують для свідомої чи підсвідомої проекції впевненості та влади. Наприклад, бомбер чи армійські черевики можуть сигналізувати про жорсткість і незалежність, що перегукується з культурними уявленнями, пов'язаними з воєнною тематикою. Водночас військова естетика тісно переплетена з ідеєю

бунтарства. Після воєн військовий одяг часто використовували субкультури як символ протесту проти системи — від хіпі 1960-х, які носили армійські куртки на знак антивоєнної позиції, до панків 1970-х, які робили з мілітарі частину антиавторитарного образу. Згодом цей дух бунту став впізнаваним кодом стилю, а військові речі почали уособлювати як виклик, так і холодну впевненість. Дух бунту добре видно у колекціях Рафа Сімонса, де часто трапляються бомбери, тренчі та загальна мілітарі-стилістика показів. Інший приклад — колекція Dante 1996 року Олександра Маккуїна, де військові куртки поєднувалися з декоративними деталями й готичною естетикою, перетворюючись на глибоку соціальну критику війни та смертності.

Окремо варто згадати Кристофера Рейберна, відомого тим, що переробляє військові матеріали у новий одяг, поєднуючи екологічну ідею з грубою утилітарною красою мілітарі-естетики. Камуфляж, який колись був інструментом маскування солдатів, тепер став модним принтом на подіумах і в колекціях брендів. Його шлях від інструмента війни до елемента стилю ілюструє, як функціональні речі можуть втратити своє початкове значення й отримати новий культурний сенс. Сьогодні камуфляж і інші військові мотиви використовують і для політичних або соціальних заяв — як для підсилення влади, так і для її критики.

У наш час мілітарі-стиль також поєднується з ідеєю виживання, відображаючи суспільну тривогу через політичну нестабільність і кліматичні кризи. Одяг у такій естетиці може символізувати готовність і самодостатність.

Яскравий приклад сучасного переосмислення військових деталей — Метью Вільямс і бренд Alux, де металева пряжка-фастекс, запозичена з американських гірок, перегукується і з тактичними жилетами, тобто має військове коріння. Бренди Arcnum і Nike ACG інтегрують військові елементи у міський одяг, поєднуючи функціональність із сучасною естетикою і створюючи дизайн в стилі теквер (techwear), який поєднує в собі передові технології, функціональність і футуристичну естетику. Це одяг, ідеальний для міського життя, подорожей та

активного відпочинку. Особливості стилю включають захист від негоди завдяки водонепроникним матеріалам, безліч кишень для гаджетів та інших речей, а також модульні елементи, які дозволяють трансформувати одяг.

У майбутньому мілітарі-стиль, імовірно, відображатиме зміни у війні –від масових сухопутних битв до технологічних протистоянь. Хоча наразі дизайнери переважно працюють із напрацюваннями минулого, потенціал для нових форм залишається.

Підсумовуючи, вплив військової форми на моду — це не лише про стиль, а й про глибоке культурне спадкоємство, пов’язане з владою, функціональністю та ідентичністю. Те, що починалося як утилітарний одяг для війни, стало символом сили, стійкості та навіть протесту. Поки мода відображає суспільні цінності й проблеми, мілітарі залишатиметься її важливим елементом, змінюючись з кожним поколінням, щоб передавати дух часу.

2.3. Кастомізація та мерч в контексті завдань проєктування сучасного одягу формату «архів»

Кастомізація і бренд-мерч у контексті архівної моди працюють як дві взаємодоповнюючі стратегії: перша створює сенсову і технічну індивідуалізацію предмета (персоналізація форми, фактури, деталей), друга –транслює архівну ідентичність бренду у масові продукти, що виконують роль «мобільного архіву» як носія історії в повсякденності. Поєднання архіву з кастомізацією дозволяє дизайнерам перекласти музейну або історичну авторитетність у практичні продукти: ререлізи (reissues), капсульні архівні серії, мерч-лінії з видимими артефактами (етикетки з датою, номером партії, фото з архіву) або індивідуалізовані варіанти базових форм (нашивки, аплікації, вибір тканини/палітри). Відмітимо, що останні дослідження масової кастомізації показують: споживачі сприймають персоналізовані продукти як більш цінні й довговічні, отже масова індивідуалізація може бути інструментом сталого дизайну, якщо її організувати правильно [39].

Практична схема інтеграції архіву в кастомізацію починається з **систематизації архівного матеріалу**: оцифровка зразків (тканини, принти, фото, лекала), складання метаданих (рік, технологія, стан, історія походження) і створення цифрових та фізичних «фрагмент-бібліотек». Така бібліотека дозволяє швидко створювати модульні варіанти: вибір з декількох архівних нашивок, кількох принтів або комбінацій тканин, які клієнт/замовник може легко комбінувати у процесі кастомайзінгу. Сучасні бренди застосовують подібні підходи для «ререлізів», які не просто тиражують архів, а створюють цифрові каталоги архівних елементів, що слугують ресурсом для мерчу й кастом-конфігураторів на сайті. Це дозволяє зберегти автентичну «пам'ять» речі й водночас залучити потенційного споживача до її індивідуальної інтерпретації [40].

Другий практичний блок – **модульний конструкторський та виробничий підхід**. Для того, щоб кастомізація була реальною (з технічної точки зору) та зберігала архівну автентичність, варто розробляти базові «платформи» – універсальні лекала, які підтримують вставки/нашивки/заміну панелей без зміни посадки виробу. Це можуть бути: базова сорочка з кишнями-місцями для архівних панелей; куртка-каркас із знімними кокетками; штани з місцями для латок різного розміру. Така архітектура дозволяє робити кастом-опції на виробництві локальними (кілька додаткових операцій на конвеєрі) або в студії (ручне вшивання/ремонт) та легко масштабувати рішення для мерчу (серія базових бейсболок із змінними нашивками). Стратегія «модульності» також знижує витрати і дозволяє бренду контролювати якість кастомних елементів

Третій складник – **естетика сліду та ремісничий маркувальний контент**. Архівні елементи виграють, коли на них видно сліди часу: плями, потертості, забудовані латки, усе це перетворюється на естетику правдивості. Практично це може бути: використання етикеток з архівною інформацією (дата/серія/короткий опис), нумеровані видання (обмежена серія, ручна обробка), вбудовані інструкції по догляду як декларація історії виробу. Також корисні техніки

«контрольованого старіння» – прання, вицвітання, точкове ушкодження з наступною реставрацією (декоративними латками або стібками) – все це дає продукту «виробничу правдивість» архіву, але в контрольованому вигляді. Для мерчу це може бути «архівна» серія футболок з відтвореними принтами, що виглядають як витримані в часі, але мають сучасну посадку й якісну тканину, такий мерч краще сприймається й має вищу довговічність, ніж одноразові лінії

Четвертий важливий підхід – це **мерч як медіум оповіді**. Архаїчний мерч (перевидання кепок, архівні футболки, репринти старих принтів) найуспішніший тоді, коли супроводжується історією у вигляді коротких текстів, фотоархів або QR-коди на етикетках, що ведуть на сторінку з історичною довідкою та технічними даними. Такий підхід трансформує мерч із «сувеніра» в крихітний музейний експонат, що підвищує його цінність і дозволяє брендам формувати довгострокові відносини з аудиторією. Business of Fashion і Vogue відзначають, що саме сторітелінг архівної репрезентації робить релізи комерційно успішними, вони в такому випадку одночасно відповідають на попит колекціонерів і служать ефективним інструментом маркетингу.

П'ятий принцип – це **стриманість і сталість у бізнес-моделі**. Масова індивідуалізація може зменшити відходи (вироблятися лише те, що замовлено) і зменшити надвиробництво; показники й дослідження доводять потенціал масової індивідуалізації до підвищення рентабельності й зниження екологічного сліду за умови продуманого процесу (точне передбачення матеріалів, локальне виробництво, цифрова візуалізація кастому перед виготовленням). Для архівної моди це означає: обирати не кількість, а якість; зберігати запис про обробку кожної одиниці (рецептури фарбування, походження тканини), що підвищує прозорість і довіру покупця.

Висновки

Узагальнюючи результати другого розділу, можна зазначити, що архівна мода сьогодні функціонує як динамічний синтез пам'яті, ідентичності та

технологічної інновації. Її методи поєднують ретроспективу і реконструкцію, формуючи особливий дизайн-код, у якому відбиті постгранджеві, антигламурні та постдеконструктивні тенденції. Естетика distressed fashion, anti-fashion і trash style виступає не як протест, а як інструмент критичного переосмислення сучасності: дизайнери свідомо використовують зношеність, асиметрію, руйнування поверхонь і поєднання непоєднуваного, щоб створити образ «правди часу» – речі, яка не маскує свій вік і досвід, а демонструє його як художню цінність.

У цьому контексті творчість таких японських дизайнерів як Рей Кавакубо, Йодзі Ямамото, Іссея Міяке та їхніх послідовників виявляє модель архівного мислення, засновану на прийомах деконструкції, трансформації силуету й асиметричної естетики. Їхній внесок полягає у створенні системи, де архів не є статичним сховищем, а живим матеріалом для повторного осмислення форми, текстури й руху. Аналогічний підхід, але з акцентом на психологічний вимір, демонструє бельгійська школа, зокрема Мартін Маржела, Анн Демельмейстер і Дріс Ван Нотен. Вони вводять поняття «емоційного архіву», у якому минуле прочитується через матеріальність: зношені тканини, ручне збирання, сліди користування.

Раф Сімонс у своїй практиці поєднує архів з молодіжною субкультурою, трансформуючи спадщину у нову форму колективної пам'яті. Його колекції доводять, що архів – це не лише предмет вивчення, а й медіум діалогу між поколіннями, у якому дизайнери виступають кураторами культурних кодів. Сучасна трансформація стилю мілітарі розкриває інший аспект архівності — функціональність і утилітаризм. Військові прототипи стають платформою для інтерпретації ідей захисту, дисципліни, стійкості, але через естетику «використаного» одягу, який набуває нового життя у міському середовищі.

Нарешті, практика кастомізації та бренд-мерчу формує «демократичний архів», коли кожен користувач може стати співавтором речі. Індивідуалізація, повторне використання, ручна модифікація, модульність та обмежені серії

поєднують ідею архіву з принципами сталого дизайну. Таким чином, сучасне проєктування одягу формату «архів» – це система гібридних методів, у якій поєднано ремісничу пам'ять, культурну ідентичність і критичну технологічність. Архів стає не музеєм минулого, а лабораторією майбутнього, де час, матерія і жест дизайнера утворюють цілісний процес, живу історію у тканині.

РОЗДІЛ 3

ПРОЕКТНО-КОМПОЗИЦІЙНИЙ

Дизайн відрізняється від мистецтва тим, що в процесі творення дизайнерських виробів, не тільки одягу, а й виробів промислового і мультимедійного, враховуються різні змінні. Для розробки проєкту потрібно розуміти цільову аудиторію, призначення розробляемого об'єкту, актуальність, та проробити концепцію. Правильне розуміння всіх цих перемінних, правильний їх підбір, та взаємодія між ними буде гарантувати влучність кінцевого продукту. Саме це важливо в парадигмі архіву в цілому, та архівної моди якщо розглядати її як окремий випадок. Адже архівні об'єкти дизайну і стали культовими та цитованими через те, що в певний період часу, це були влучні висловлювання на мові дизайну. В цьому розділі будуть наведені приклади споживача, концепції, актуальності, за допомогою яких була розроблена авторська колекція.

3.1 Визначення типу та образу потенційних споживачів колекції

У сучасному суспільстві мода виступає не лише як засіб самовираження, а й як соціокультурний феномен, що відображає глобальні процеси переосмислення минулого та формування нових ціннісних орієнтирів. Одним із найцікавіших проявів цих тенденцій є поява феномену архівної моди, який ґрунтується на збереженні, переосмисленні та естетизації минулих колекцій відомих дизайнерів. У цьому контексті постає новий тип споживача - архівіст, для якого одяг стає не лише об'єктом споживання, але й предметом культурної пам'яті, історичної цінності та символічного капіталу. Як зазначає Ф. Девіс (Fred Davis, 1992), мода є мовою, через яку суспільство висловлює свої культурні коди. Архівна мода, у цьому сенсі, є метамовою, адже звертається до попередніх модних циклів, рефлексуючи над історією самої моди. Вона функціонує як форма культурного архіву — практики збереження та переосмислення дизайнерської спадщини.

У контексті глобальної кризи перевиробництва, архівна мода пропонує альтернативу. Вона переорієнтовує споживання з кількісного на якісне, усвідомлене, етичне. Після катастрофи Rana Plaza у 2013 р., що стала символом безвідповідальності індустрії, архівна мода отримала нове значення як практика культурної відповідальності. Споживач архівної моди демонструє повагу до ресурсу, історії та креативної цінності речі, що є формою екологічної етики у моді. Розглядаючи таке поняття як споживач архівної моди, буде не доцільно розглядати його як сухе визначення. Адже ця концепція є складною і потребує детального розгляду, погляд з різних точок зору та розкриття різних аспектів цього поняття. Наприклад соціологічний та культурно-естетичні аспекти.

У сучасному суспільстві споживач архівної моди виступає не просто покупцем одягу, а учасником складної культурної гри, де речі стають знаками соціального та символічного статусу. На відміну від масового споживача, орієнтованого на тренди швидкої моди, архівний споживач діє в межах культурного поля, що визначається естетичною свідомістю, знанням історії та цінуванням інтелектуальної сторони моди.

Згідно з концепцією П'єра Бурдьє саме через акти споживання формується символічний капітал - ресурс, який надає соціальну відмінність не завдяки фінансовим витратам, а завдяки культурній компетенції [44]. Для архівного споживача мода є простором самовираження і водночас способом утвердження власної інтелектуальної ідентичності. Він демонструє не розкіш, а розуміння контекстів - історичних, художніх і соціальних.

Типологічно архівних споживачів можна поділити на три основні групи:

Колекціонери. Це індивіди, які сприймають одяг як мистецький об'єкт, збираючи архіви культових дизайнерів - таких як Мартін Марджела, Раф Сімонс, Йоджі Ямамото чи Хелмут Ланг. Для них важливі автентичність, збереження первісного стану речі та її культурна історія.

Естети-аналітики. Вони розглядають моду як систему знаків і кодів. Такий споживач аналізує силует, матеріали, філософію бренду, а також його місце у соціокультурному просторі.

Інвестори. Ця група оцінює архівну моду як капіталізований культурний актив. З часом вартість певних предметів (наприклад, куртки Raf Simons Closer, A/W 2003, або кутюрних моделей Maison Margiela Artisanal Line) зростає у кілька разів, що робить архівну моду формою альтернативного інвестування.

Мотивація архівного споживача базується на відмові від поверхневого споживання, пошуку автентичності та бажанні відновити інтелектуальний сенс моди. Для нього важливо не лише володіти річчю, а й розуміти її історичний і концептуальний бекґраунд. Таким чином, архівна мода стає знаком культурного опору, що протистоїть гомогенізації масової культури та одночасно формує нову елітарність - не матеріальну, а інтелектуальну.

Архівна мода функціонує як форма культурної пам'яті, у якій речі перетворюються на артефакти, що зберігають естетичні, соціальні та ідеологічні смисли певної епохи. У цьому сенсі архів виступає не просто зібранням старих колекцій, а культурним документом, що фіксує етапи розвитку дизайнерської думки.

За аналогією з музейними практиками, архівування в моді виконує функцію збереження і репрезентації творчої спадщини. Кожна річ у архіві - це не лише зразок матеріальної культури, а й втілення філософії автора. Наприклад, Maison Margiela через деконструкцію перетворює одяг на метафору розпаду ідентичності, тоді як Comme des Garçons Рей Кавакубо створює форму «антиестетики» як мистецьку критику західних канонів краси. Споживач архівної моди у цьому контексті - не пасивний глядач, а інтерпретатор, який наділяє річ новими смислами. Його роль подібна до ролі куратора або дослідника: він зчитує вбрання як текст, реконструюючи художній задум і культурні обставини його створення. Таким чином, акт володіння архівним предметом стає актом естетичної медіації між минулим і сучасністю. Крім того,

архівна мода має виразну етичну складову. Вона виступає антитезою масового перевиробництва, гіперконсумеризму та екологічної деградації, пропонуючи модель свідомого споживання. Архівіст не шукає новизни, а прагне глибини - осмислення історії, збереження автентичних речей, відновлення втраченої поваги до дизайнерської праці. У цьому сенсі архівна мода постає як естетико-етичний маніфест проти забуття - спроба відновити діалог між культурною спадщиною та сучасною креативністю. Вона трансформує поняття моди з короткотривалої тенденції у форму культурного мислення, де споживання підмінюється дослідженням, а володіння - розумінням.

Попри свій етичний потенціал, архівна мода містить суперечність. Високі ціни на вторинному ринку (Grailed, Depop, Vestiaire Collective) перетворюють її на об'єкт спекуляції та елітарного колекціонування. Це створює нову форму «архівного снобізму», у якій автентична цінність речі зливається з ринковим капіталом. Однак, навіть у цьому контексті, архівна мода виконує важливу культурну функцію - вона навчає повазі до історії, спонукає до аналітичного мислення про дизайн та виробництво, і тим самим підвищує культурну компетентність суспільства.

Опираючись на ці аспекти архівіста можна скласти портрет типового поціновувача або споживача архівної моди.

Споживач архівної моди — це представник нового покоління культурних індивідів, для яких мода є не просто системою одягу, а формою інтелектуальної взаємодії з історією, пам'яттю та контекстом. Найчастіше це люди віком від 20 до 35 років, які належать до молодшої креативної спільноти з високим рівнем культурної обізнаності та естетичної рефлексії. Їхній соціальний статус можна визначити як середній або вищий середній клас, що представлений у сферах дизайну, мистецтва, музики, культурного менеджменту, маркетингу та комунікацій.

Більшість споживачів архівної моди має вищу або незакінчену вищу освіту, здобуту в креативній чи гуманітарній галузі, що зумовлює їхній високий

рівень культурного капіталу (у розумінні П'єра Бурдьє). Такий тип споживача не просто обирає речі за зовнішньою привабливістю — він здійснює символічне споживання, у якому мода постає як мова, а кожен предмет одягу — як текст, що вимагає інтерпретації.

У професійному аспекті архівний споживач зазвичай належить до творчих індустрій: дизайну, реклами, візуального мистецтва, фотографії, музичного продакшену або дослідження культури. Для таких людей характерне прагнення до самовираження через знання контексту, експеримент і критичне мислення. Їхня мотивація споживання пов'язана не з демонстрацією статусу, а з пошуком автентичності, історичної глибини та символічної цінності. Архівна річ для них — це не просто товар, а носій історії, емоцій і філософії часу.

Серед основних цінностей цієї групи — унікальність, інтелектуальність і повага до культурного минулого. Вони цінують одяг не лише як засіб самовираження, а як об'єкт культурної пам'яті, який зберігає у собі естетику минулих десятиліть. Саме тому архівна мода для них є альтернативою масовому споживанню, а процес купівлі перетворюється на ритуал пошуку сенсу.

У брендових орієнтирах споживач архівної моди схиляється до Maison Margiela, Raf Simons, Helmut Lang, Comme des Garçons, Ann Demeulemeester, Rick Owens, Undercover та інших дизайнерів, які створюють одяг із глибоким філософським та культурним підтекстом. Для них важливі не логотипи чи гучні імена, а ідеї, втілені в силуеті, фактурі та матеріалі. Їхні естетичні вподобання тяжіють до мінімалізму, деконструкції, андрогінності та темних палітр, що відображає естетику постмодерну, де краса іде не поруч із досконалістю, а з недосконалістю, зношеністю, патинованістю.

Музичні референси цього кола — Joy Division, Aphex Twin, Burial, Arca, Cocteau Twins, Nine Inch Nails, тобто артисти, чия творчість поєднує індустріальну меланхолію, експериментальність і звукову глибину. Подібно до того, як у музиці вони цінують текстуру і форму звуку, у моді вони шукають тактильну виразність матеріалу, старіння тканин, ефект часу на речах. Їхній

культурний бекграунд пов'язаний із постпанком, індастріалом, постмодернізмом і критичною теорією. Вони знайомі з концепціями Жана Бодрієра (симулякрів і гіперреальності) та Бурдьє (соціології смаку), що дозволяє їм бачити моду як форму знакової комунікації.

У поведінковому аспекті споживач архівної моди проявляє рефлексивний і дослідницький підхід до одягу. Він може колекціонувати архівні речі, займатися їхнім відновленням або апсайклінгом, а також обмінюватися ними у спеціалізованих спільнотах. Такі практики поєднують раціональність і сентиментальність, що формує нову етику — “повільне споживання” (slow fashion).

Основні платформи купівлі для них — Grailed, Depop, The RealReal, Vestiaire Collective, Yahoo Japan Auctions, а також локальні ресейл-спільноти. Ці цифрові простори функціонують як вторинні музеї моди, де формується колективна пам'ять через архівування та перепродаж речей. У цих спільнотах обмін не лише матеріальний, а й інтелектуальний, адже важливо не просто продати річ, а знати її історію, походження, колекцію, дизайнерський контекст.

Ставлення до трендів у цієї групи скептичне і критичне. Вони усвідомлюють швидкоплинність моди й намагаються протиставити їй ідею “timeless” — позачасовості. Для них річ цінна не тоді, коли вона нова, а тоді, коли вона має історію, зношеність і значення. Саме тому архівна мода втілює їхнє прагнення до усвідомленого споживання, у якому важлива не кількість, а якість і контекст.

У плані соціалізації архівні споживачі тяжіють до нішевих артпросторів, камерних музичних подій, галерей і незалежних показів, а також онлайн-спільнот у Discord, Reddit чи Instagram (архівні профілі на кшталт archive_fashion, margielarchives). Ці середовища стають формою цифрової музейності, де обговорюють, аналізують і переосмислюють моду як феномен культури.

У ставленні до речей архівний споживач демонструє глибоку емоційну прив'язаність і повагу до матеріалу. Для нього річ має душу, історію та значення. Вона не підлягає утилізації, а може бути переосмислена через деконструкцію, апсайклінг чи художнє втручання. Таким чином, архівна річ постає як культурний артефакт, який водночас є носієм естетичної й етичної цінності.

В українському контексті цей тип споживача репрезентований молодими креаторами та ентузіастами, які поєднують естетику секонд-хендів, ресейлу, DIY-деконструкції та постіронічного мислення. Український варіант архівної моди формується не зверху — від брендів, а знизу — від спільнот, що відроджують культуру повторного використання й індивідуального осмислення речей.

Таким чином, архівний споживач — це не просто покупець, а дослідник і куратор власного гардероба, який бачить у моді форму культурного висловлювання. Його поведінка визначається поєднанням етичного споживання, інтелектуального підходу та емоційної прив'язаності до речей, що й робить його центральною фігурою сучасної “повільної” та усвідомленої моди.

Споживач архівної моди є символом нової епохи у модній культурі - епохи рефлексивного споживання, в якій домінують інтелектуальні, естетичні та етичні мотиви. Він одночасно виступає архівістом, інвестором, дослідником і куратором власного культурного простору. Архівна мода формує альтернативну модель взаємодії між одягом і людиною - не як товаром короткотривалого використання, а як культурним текстом, у якому закодована історія, пам'ять і творчість. Таким чином, феномен споживача архівної моди демонструє перехід від моди як поверхневого явища до моди як інтелектуального діалогу з минулим.

3.2 Моніторинг актуальних тенденцій в проєктуванні чоловічого та жіночого одягу з огляду на тему дослідження

Сучасна мода демонструє стійку тенденцію до переосмислення минулого, що виявляється у зростанні популярності архівної естетики. У 2025-2026 роках

цей напрям продовжує посідати провідне місце у творчості дизайнерів та споживацьких уподобаннях, зокрема серед молодіжної аудиторії. Архівна мода інтегрується в актуальні тренди через відродження силуетів попередніх десятиліть, переосмислення матеріалів, а також формування нового культурного контексту, в якому історія стає інструментом індивідуального самовираження.

Однією з ключових тенденцій є повернення класичних силуетів минулого століття. У жіночому гардеробі актуалізується «New Look» 1950-х років, який характеризується акцентом на талії, округлими стегнами та м'якими лініями. Цей напрям інтерпретується у сучасних колекціях через поєднання архівної форми з мінімалістичними тканинами та нейтральною палітрою кольорів. У чоловічій моді, натомість, простежується тенденція до power dressing 1980-х років - жакети з широкими плечима, структуровані пальта та строгі лінії, які формують образ впевненості та контролю. Такі речі набувають нового значення в контексті гендерної нейтральності та переосмислення владної естетики [45].

Помітною залишається тенденція Y2K-ренесансу, що продовжує впливати як на жіночі, так і на чоловічі колекції. Повернення низької талії, блискучих тканин, відкритих топів, коротких спідниць і «bumster pants» є своєрідним відображенням архівних колекцій початку 2000-х років, зокрема робіт Alexander McQueen, Jean Paul Gaultier та раннього Prada. Цей стиль поєднує елементи сексуальності, цифрової естетики та споживацької ностальгії, що робить його особливо привабливим для молодіжної аудиторії. Іншим важливим напрямом є розвиток естетики Clean Goth або «темного мінімалізму». Цей тренд виражається у використанні чорного кольору, асиметричних конструкцій, багатошаровості та панк-декору. Його джерела простежуються у творчості Yohji Yamamoto, Rick Owens і Ann Demeulemeester, які сформували основу архівного готичного напрямку ще у 1990-х роках. Для сучасної молоді цей стиль набуває нових сенсів: він стає не лише естетичним вибором, а й способом культурного самовираження та відходу від надмірної візуальної «чистоти» цифрової епохи.



Рис.3.1. Естетика Y2K-ренесансу та Clean Goth

Сутність архівної моди у 2025-2026 роках полягає не лише в естетичному переосмисленні минулого, а й у формуванні нової етичної моделі споживання. Архівні речі сприймаються як альтернатива масовому виробництву, що відповідає концепції сталого розвитку (Sustainable Fashion). Купівля архівного одягу — це не просто споживчий акт, а прояв усвідомленої моди, яка ґрунтується на повторному використанні ресурсів і повазі до історії бренду. Молоде покоління активно інтегрує архівні речі у свій гардероб, створюючи індивідуальні мікси з предметів різних епох, що формує особливий тип естетичної автономії.

Паралельно з цим розвивається цифровий аспект архівної моди. Соціальні мережі (TikTok, Instagram, Derop) стали не лише платформами для демонстрації архівних луків, а й простором для формування нових критеріїв престижу. Молоді споживачі шукають не статус через логотип, а через історію речі, її унікальність і значення у контексті модної еволюції. Таким чином, архівна мода втілює перехід від поверхневого споживання до більш змістовного, культурно обґрунтованого ставлення до одягу.

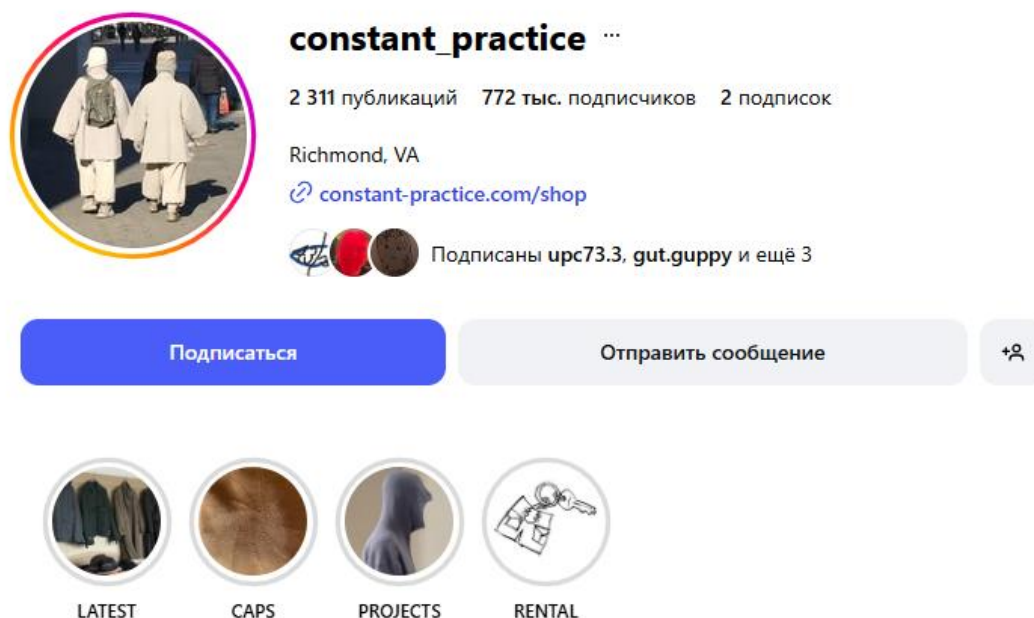


Рис.3.2. Приклад популяризації архівної моди через соціальні мережі [46]

Отже, сучасні тенденції у проєктуванні чоловічого та жіночого одягу тісно пов'язані з архівною модою як культурним і філософським феноменом. Вона забезпечує не лише стилістичне оновлення, а й виконує роль посередника між минулим і сучасністю. Через архівну моду дизайнери осмислюють власну спадщину, а споживачі - свою ідентичність, створюючи нові сенси у модному просторі.

3.3 Огляд основних напрямків в проєктуванні креативних доповнень в костюмному дизайні (головні убори та сумки)

У межах розвитку архівної моди у 2020-2025 роках аксесуари відіграють ключову роль у формуванні завершеного образу, водночас виступаючи носіями культурних смислів минулих десятиліть. Якщо в попередніх розділах було розглянуто загальні тенденції архівного переосмислення одягу, то на сучасному етапі особливу увагу привертають аксесуари - насамперед окуляри та сумки бренду Oakley, а також п'ятипанельні кепки, які стали символами молодіжної ідентичності, ностальгії та техноестетики кінця XX - початку XXI століття.

Бренд Oakley, заснований у 1975 році Джимом Джаннардом, із самого початку позиціонував себе як технологічно прогресивний виробник спорядження для спорту, зокрема велосипедного та лижного. Однак із початку 2000-х Oakley поступово перейшов у сферу fashion-обігу, перетворившись на знаковий елемент архівного стилю. Його окуляри - особливо моделі Over The Top, Eye Jacket, M Frame - стали культовими завдяки своїй футуристичній формі, використанню гнучких матеріалів та агресивній естетиці, що межує між технічним дизайном і науковою фантастикою.



Рис.3.3. Зображення культових окулярів Oakley, зліва направо: Over The Top, Eye Jacket, M Frame

У контексті архівної моди Oakley виступає символом «техноностальгії», тобто повернення до естетики початку цифрової ери. Ці аксесуари не лише виконують практичну функцію, а й відображають прагнення сучасного споживача до візуальної індивідуальності. Окуляри Oakley активно використовуються у сучасних колекціях Balenciaga, Alyx, Marine Serre, а також у стритвир-напрямах, що поєднують спорт і посткіберпанк. Саме завдяки цій гібридності вони стали архівним об'єктом, який набуває нового значення — від символу технологічного майбутнього до елемента ретро-ідентичності.

Сумки Oakley, які спочатку створювались для спортсменів і військових, тепер інтерпретуються як приклади утилітарної естетики, що поєднує функціональність і моду. Моделі на кшталт Icon Pack 3.0 або Kitchen Sink

Backpack характеризуються багат шаровою структурою, великою кількістю відділень і використанням високотехнологічних матеріалів. У сучасній модній культурі такі вироби сприймаються не лише як спорядження, а як візуальні символи постіндустріальної стилістики, що перегукується з архівними ідеями Helmut Lang, Stone Island та Acronym. Oakley сьогодні — це архівний код для покоління, яке шукає гармонію між утилітарністю та авангардом. Цей бренд відображає дух експерименту, властивий кінцю 1990-х, коли межа між модою, технологією та спортом почала поступово стиратися. Відродження Oakley у сучасному гардеробі — не лише данина ностальгії, а й вияв нового типу модної свідомості, що базується на переосмисленні функції, матеріалу та культурної пам'яті.

Паралельно з техноестетикою Oakley, важливим аксесуаром архівної моди стає п'ятипанельна кепка (5-panel cap) - елемент, який виник у середовищі скейтбордингової культури 1990-х років і був популяризований брендами Supreme, Palace, Stüssy та Carhartt WIP. Її конструкція з п'яти панелей забезпечує більш щільну посадку та мінімалістичну форму, що вирізняє її серед класичних бейсболок.

У сучасній інтерпретації п'ятипанельна кепка стала невід'ємною частиною архівного стритвиру, оскільки поєднує в собі естетику минулого з актуальними тенденціями сталого споживання. Часто такі кепки виготовляються з архівних або перероблених матеріалів - деніму, нейлону, канвасу - що додає їм унікальності та культурної ваги. Цей аксесуар символізує демократичність архівного руху: якщо архівні речі люксових брендів доступні лише обмеженому колу споживачів, то кепка 5-panel виступає як своєрідний «вхідний квиток» у світ архівної моди. П'ятипанельні кепки також стали важливим засобом самовираження. Через нашивки, логотипи або художні колаборації вони функціонують як комунікативні артефакти, що позначають належність до певної субкультури або модної течії. В архівному контексті кепка - це не просто елемент

гардеробу, а символ культурної пам'яті покоління, яке виросло у світі раннього інтернету, VHS-естетики та скейт-культури.

Важливо підкреслити, що сучасна архівна мода формує нову взаємодію між аксесуарами та базовими елементами гардеробу. Якщо у 1990-х роках окуляри, сумки чи кепки були лише функціональними додатками, то сьогодні вони стають концептуальними ядрами образу. Комбінації архівних окулярів Oakley з монохромними спортивними костюмами або техно-сумок із класичними пальтами втілюють принцип контрастної стилізації, що відображає синтез епох - минулої, теперішньої та майбутньої. Окремо варто відзначити соціальний аспект: архівні аксесуари — це не просто предмети, а медіатори між минулим і сучасним поколінням споживачів. У спільнотах Depop, Grailed або Instagram існує ціла субкультура колекціонерів Oakley, що документують історію моделей, діляться архівними рекламними матеріалами й реконструює філософію бренду. Аналогічно, кепки Supreme чи Stüssy функціонують як символи культурної спадкоємності, які підтримують діалог між старими та новими естетичними цінностями.

Таким чином, аксесуари втілюють поєднання технологічної естетики, утилітарності, ностальгії та субкультурної ідентичності. Їхнє відродження не є просто модним циклом, а відображає глибші процеси. А саме прагнення суспільства до сталості, автентичності й осмислення матеріальної культури минулих десятиліть.

3.4 Опис авторської концепції колекції

Колекція чоловічого та жіночого одягу «73/3» є спробою втілити ідеї розумного споживання, апсайклінгу та екофрендлі-підходу через призму архівної моди. Її концептуальна основа полягає в переосмисленні споживацької культури та прагненні надати нове життя речам, які втратили первинну цінність у масовій свідомості.

Назва колекції «73/3» є символічною - вона позначає співвідношення часу, досвіду та матеріальності, а також натякає на ідею перетворення старого на нове через творчий процес.

Основна ідея полягає у створенні сучасного, зручного та індивідуального одягу на основі старих речей, знайдених у секонд-хендах. Важливим є сам принцип “reuse”, де матеріал, який втратив свою комерційну привабливість, набуває художньої і культурної значущості через дизайнерське втручання. Таким чином, колекція стає не просто естетичним висловом, а маніфестом свідомого ставлення до моди.

Концепція «73/3» ґрунтується на філософії архівної моди, яка розглядає зношеність, недосконалість і час як естетичну цінність. Основним натхненням стали підходи дизайнерів Йоджі Ямамото, Мартіна Маржелли та Керола Крістіана Поеля, які досліджують матеріал не лише як функціональний елемент, а як носія історії. Їхнє ставлення до тканини - це радше акт діалогу, ніж використання: матеріал зістарюється, фарбується, вибілюється, обпікається, піддається деконструкції, щоб набути неповторної фактури. На естетичному рівні колекція апелює до робочого одягу 1980-1990-х років (зокрема бренду Carhartt) та антивоєнної естетики Кетрін Гемнетт, відомої своїми сміливими соціальними меседжами.

У звуковому сенсі образ колекції перегукується з повільною електронною музикою з елементами фолку, що створює відчуття медитативності, циклічності часу та «повернення до джерела». Силуети колекції характеризуються вільними формами та об'ємністю, що забезпечує комфорт і водночас формує впізнавану архітектоніку. Основою виступає принцип деконструкції, який проявляється через розірвані шви, відкриті зрізи, елементи асиметрії та візуальні акценти на процесі створення. Особливе місце займає текстура матеріалу, яка зберігає «сліди часу». Дефекти тканини, потертості, дірки чи плями не маскуються, а стають естетичною домінантою. Важливим є використання ручних технік, зокрема сашико, фарбування, відбілювання тканини, пірсинг, механічні

потертості наждачкою. Усе це формує ефект "вічної недосконалості", який підкреслює філософію прийняття змін та старіння.

Базою колекції стали вживані речі з секонд-хендів - переважно джинси, куртки, лонгсліви, футболки. Ці предмети були обрані не за брендом чи станом, а за потенціалом трансформації, адже більшість із них потрапила в поле зору на завершальних етапах розпродажів, коли інші споживачі вже не бачили в них цінності.

Кольорова гама колекції - темна, стримана, із домінуванням відтінків чорного, графітового, бежевого та сіро-зеленого. Проте в процесі роботи були внесені кольорові акценти, залежно від матеріалу - це можуть бути залишки фабричного фарбування, або принта, плями чи вицвітання, які набувають декоративного змісту. Таким чином, колір стає не просто естетичним засобом, а носієм історії.

Колекція «73/3» належить до сегменту прет-а-порте з елементами експериментальної капсули. Вона має практичний характер, проте зберігає інтелектуальну глибину та філософське наповнення.

У процесі створення автор досліджував межу між функціональністю та художністю, вивчаючи ступінь зношеності, за якого річ втрачає побутову функцію, але набуває естетичної цінності артефакту.

Ключовий меседж колекції «73\3» можна сформулювати словами: «Використати можна все — головне, зрозуміти як». Це не лише дизайнерський принцип, а й етична позиція, що протистоїть культурі надвиробництва. Колекція закликає до переосмислення ставлення до одягу як до короткотривалого продукту та пропонує поглянути на нього як на носія історії, сенсу й особистості.

3.5 Опис моделей асортиментного блоку колекції

Асортиментний склад колекції охоплює широкий спектр елементів одягу, це штани, лонгсліви, спідниці, куртки, куртки, та різноманітні аксесуари такі як шапки кепки та різного виду сумки. В основі це все вироби повсякденного призначення для використання кожного дня. Вони не створені для подіуму,

більше для постійного використання, але мають в собі певний характер та акцентну особливість.

Блок 1. Головні убори

Модель 1.1 – Капелюх створений з легкого та цупкого матеріалу, має декоративні елементи у вигляді різної довжини стрічок, та пара стрічок які проходять навколо голови та роблять можливим регулювання капелюха по об'єму голови.

Модель 1.2 – Шапка виконана з теплого та м'якого матеріалу, який може зберігати тепло. Виконана з 4 сигментів які створюють напівсферу, та двох додаткових деталей які будуть накривати потилицю та вуха.

Модель 1.3 – П'яти панельна кепка-трансформер, що має додатковий від'єднуючийся капюшон, який можна застібнути по шії, та має додаткові невеликі кишені для дрібниць. Виконана з деніму або подібного до нього матеріалу.

Модель 1.4 – Довга шапка виконана з легкого, та еластичного матеріалу, який в одягнутому стані має лягати складками та створювати унікальний силует та фактуру.

Модель 1.5 – Тепла шапка виконана з грубої шерсті, яка має декоративні рбробки у вигляді стрічок та зав'язку на люверсах по боках подібну до корсетної, для регулювання щільності прилягання її до голови



Рис.3.4. Фор-ескізи блоку колекції «Головні убори»

Блок 2. Жіночі образи

Модель 2.1 – Сукня, з корсетними вставками по талії, широкими рукавами довжиною до ліктів та, має декоративні вставки у вигляді стрічок по всій довжині, додаткові вставки на плечі з сітки, та хлястики під ремінь. Додатково декорується рукавичками та панчохами з сітки.

Модель 2.2 – Сукня довжиною до колін з легкого матеріалу, широкими рукавами довжиною до ліктів. Декорована стрічками, якими можна зав'язати рукави та саму сукню, що допоможе створити унікальний силует, та фактуру. Також для повноти образу можна додати шарф.

Модель 2.3 – Жакет, шарф, рукавиці та спідниця. Жакет подовженої форми з коротким рукавом, та принтом у вигляді заокруглених ліній по всьому виробу та поясом виконаним з бусин. Спідниця з розрізом та різною довжиною по низу виробу. Шарф та рукавиці з тонкого та зручного матеріалу.

Модель 2.4 – Светр та спідниця. Светр цупкої в'язки з подовженим горлом в'язаним написом та додатковими вставками на ліктях в колір напису. Спідниця з парашутної тканини довжиною до щиколотки та принтом сонця пришитим до неї.

Модель 2.5 - Коротка спідниця та лонгслів. Спідниця довжини до коліна та складками, кишнями, та хлястиками для ремня виконана з тканини з принтом realtree. Лонгслів вільного крою, з декоративними вставками з необробленої тканини, які підкреслюють силует та додають деконструкції в образ.



Рис.3.5 Фор-ескізи блоку колекції «Жіночі образи»

Блок 3. Теплий

Модель 3.1 – Чорний оверсайз бомбер, з рель'єфами імітуючими покрой рукава реглан, створений з сирі джінсової тканини яка набуватиме вінтажного ефекту після кожного прання. Карго-штани прямого силуету з нашитими поверх вставками з камуфляжної тканини та вишивкою в трайбл стилі на необробленим низом виробу.

Модель 3.2 – Вільний бомбер з кокеткою по пілочці, додатковими вставками по плечах та ліктях і додатковими карманами на обох руках. Широкі карго-штани з рель'єфами нижче коліна, та фіксацією низу.

Модель 3.3 – Куртка з капюшоном, великою кількістю кишень, рель'єфами по рукавах та додатковими накладками для міцності виробу. Брюки завужені до низу, з великою кількістю складок для створення кнікального силуету.

Модель 3.4 – Камуфляжний бомбер створений на базі військового британського кітеля. Має додаткові розширюючі вставки по боках та на рукавах контрастного коліру, та резинку по низу виробу, яка характерна бомберам. Широкі важкі штани створені на базі звичайних джінс та професіних робочих штанів, які мають характерні для робочої одяжі дефекти. Частини роби нашиті хаотично, що робить велику кількість додаткових кишень майже не функціональним.

Модель 3.5 – Куртка-харінгтон, має типовий силует для подібних виробів, але створена в техніці петчворк з залишків тканини від минулих робіт, що несе мету показати те, що використати можна все. Джинси широкого, прямого силуету створені по принципу робочого одягу мають потовщення на колінах, додатковий хлястик та кишеню по бокових швах, в якості декору використані подряпини та порваності, всередині яких присутні вставки з контрастної тканини щоб зробити акцент на ефект зношеності одягу.



Рис.3.6. Фор-ескізи блоку колекції «Теплий»

Блок 4. Повсякденність

Модель 4.1 – Лонгслів широкого покрою, оздоблений за допомогою рваних розрізів, підшитих латками з контрастної тканини, для створення акценту, додатково прошитий традиційною японською вишивкою сашіко [47]. Широкі карго-брюки зшиті з двох штанів, по боках вставлені деталі з тканини з камуфляжним принтом, та вшитими кишенями на рівні коліна.

Модель 4.2 – Зелений в'язаний оверсайз светр, з нашитими на нього нашивками на ліктях з щільної тканини та додатковою кишенею на рукаві. Широкі джинси з подряпинами по всій довжині, які залатані контрастними нитками.

Модель 4.3 – Звичайна футболка з покром рукава реглан, яка оздоблена строчками латками та прикрасами для пірсингу по горловині. Широкі брюки, покрені по аналогії з традиційними японськими робочими брюками тобі [48].

Модель 4.4 – Лонгслів прилеглого силуету, з нашитою поверх нього порватою футболкою з принтом в стилі бренду Undercover [49].

Модель 4.5 – Велика футболка з довгим рукавом до ліктя з переміщенням від середини принтом мішені. Брюки, створені з двох інших, які мають нашивки на колінах з вишивкою спіралі, та додатковими клапанами на передніх кишенях



Рис.3.7. Фор-ескізи блоку колекції «Повсякденність»

Блок 5. Класика

Модель 5.1 – Класична сорочка з коротким рукавом з ефектом складок, та додатковою нагрудною кишенею. Брюки скроєні по принципу робочих штанів, але більш широкі та подовжені. Мають контрасну фурнітуру для надання акцентності.

Модель 5.2 – Костюм, в який входять брюки та жакет. Брюки штрокого крою та укорочені по низу вирба. Жакет має комір-стійку подовжений рукав, хлястик для фіксації ширини рукава та контрасну фурнітуру.

Модель 5.3 – Костюм який включає брюки та жакет, напівприлеглого силуету, оздоблений слідами фарби латками, комір жакета оздоблений прикрасами для пірсинга.

Модель 5.4 – Костюм із подовжених та розширюючихся до низу брюк, жилетки, та сорочки, рукава якої обтягнуті стрічкою для придання форми. Усі речі мають полосатий принт для подовження силуету

Модель 5.5 – Широка куртка, та брюки широкого крою. Брюки створені з двох сигментів та мають принт клітинки. Куртка також покроєна як класичний бомбер та має принт клітинки.



Рис.3.7. Фор-ескізи блоку колекції «Класика»

Блок 6. Сумки

Модель 1.1 – Трикутна сумка на спину з плащових матеріалів, спеціальними проставками для збереження форми з двома відділеннями. Основний відділення закривається на блискавку, з клапаном та має додаткові кишені в середині для організації речей. Друге відділення менше та створене для зберігання малих речей, не має додаткових кишень.

Модель 1.2 – Сумка-шопер з плащових матеріалів, з регульованою ручкою з клином для розширення між бортами та додатковими затяжками по бортах. Сумка має застібку блискавку по верху виробу. Сумка має затяжки на бортах по три на кожному борту, та одну зиг-заг затяжку на клину для регулювання габаритів сумки.

Модель 1.3 – Сумка на спину з цупких, непромакаючих матеріалів, які зазвичай використовують для створення одягу для лижного спорту. Сумка банановидну форму та два відділення, та регульований ремінь. По верху сумки нашитий додатковий клапан який скріплений з верхом сумки за допомогою шнурів. Основне відділення застібається на блискавку з двома собачками та має м'яку підкладку. Навколо додаткового карману пришта стропа з хлястиками для додаткових обвісів, та велкро-панель. Сумка розширена додатковим клином,

який має шнурок для регулювання ширини. Ремінь закріплений на деталях які мають хлястики щоб зав'язувати зайву довжину ремня та вішати обвіси.

Модель 1.4 – Велика прямокутна сумка на спину з легких матеріалів. Сумка має 3 основних відділення та додаткові кишені. Основне відділення, найбільше зкривається за допомогою кнопки встановленої на краю верху сумки та скручування залишкової тканини верху та фіксації її за допомогою двох малих ремінців. Друге відділення за блискавкою з двома собачками на які пришиті додаткові хлястики для зручності хвату в рукавицях. Третє відділення – це окрема деталь на блискавці та додатковими кишенями для дрібничок. Над другим відділенням пришита стропа для додаткової фіксації ременів основного відділення та встановлення обвісів. Має довгий ремінь який закривається на фастекс та додатковий резиновий хлястик для фіксації залишкової довжини ремня.

Модель 1.5 – Невелика сумка-шопер круглої форми з цупкої тканини. Має вшиті в середину шнури за допомогою яких регулюється ширина отвору сумки. Додаткові хлястики для обвісів, та ремінь у вигляді шнура, довжина якого регулюється за допомогою вузлів. Всі краї шнурів оброблені невеликими прямокутними деталями виконаних з основної тканини. Борта сумки мають оздоблення у вигляді хаотично розташованих нашивок з контрастної тканини.



Рис.3.8. Фор-ескізи блоку колекції «Сумки»

Висновки

У розділі представлено процес розробки авторської концепції колекції, яка складається з одягу, головних уборів та доповнень. Цей процес починається з визначення типу та образу потенційних споживачів колекції та моніторингу актуальних тенденцій в проектуванні сучасного одягу. Далі в розділі представлені і прокоментовані ескізи шести блоків, а також надано опис кожної моделі колекції. Назва колекції «73\3» відображає основний дизайнерський принцип і, разом з тим, етичну позицію, яка протистоїть культурі надвиробництва. Колекція пропонує переосмислити ставлення до одягу як до тимчасового продукту і подивитися на моду як на носія кодів історії і засобу ідентифікації особистості.

РОЗДІЛ 4

ПРОЕКТНО-КОНСТРУКТОРСЬКИЙ

Для перенесення будь-яких виробів з проектно-композиційної розробки в практичний результат, розробнику треба знати та мати навички самого цього процесу творення. В даному розділі будуть наведені приклади трьох виробів, які було відтворено в матеріалі, будуть наведені приклади обробки різних тканин та дизайнерські прийоми які можна використати, щоб отримати виріб, який буде відповідати темі кваліфікаційної роботи. Також буде описаний сам процес творення кожної з трьох моделей, розписана невелика інструкція, яка допомагає створювати вироби технікою апсайклінг, не перенавантажуючи себе, та використовувати ресурси з максимальною ефективністю. Результатами роботи цього розділу будуть три моделі одягу, та аксесуарів, з описами індивідуального підходу до розробки кожного з них.

4.1 Обґрунтування вибору зразків одягу та доповнень для виконання в матеріалі

Прет-а-порте колекція одягу «73/3» має концептуальний та капсульний характер, адже прет-а-порте – це напрям моди, який охоплює виготовлення готового одягу стандартних розмірів, призначеного для широкого кола споживачів. Такий одяг виробляється серійно, але зберігає дизайнерську концепцію та індивідуальність, та несе в собі ціль поставити експеримент. Провести соціальне дослідження. Суть дослідження в тому наскільки предмет гардеробу має бути спотворений, але одночасно носибельний. Для реалізації ідеї дослідження були обрані три предмета гардеробу, а саме куртка-бомбер, кепка та сумка. Саме ці вироби були обрані тому, що вони роблять можливим розкрити концепцію архівної моди в матеріалі, дозволяють експериментувати з формою, фактурою та акцентними, дизайнерськими елементами у виробі.

Бомбер – це куртка, яку завжди можна бачити на вулицях, та показах високої моди. Бомбер, має надзвичайно довгу історію, та великий показник

універсальності. Ця куртка має безліч варіацій та підходить майже під будь-яку стилістику та напрям моди. В своїй основі, на момент створення бомбер був верхнім одягом для пілотів створеним на замовлення в США в 1917 році, для захисту пілотів від холоду та вітру. В 1927 році з удосконаленням технологій в льотній сфері була і удосконалена модель куртки. Це була утеплена шкіряна куртка вільного крою, короткого фасону, із застібкою на гудзиках, трикотажним подолом та манжетами, та отримала назву А-1. Далі куртка отримала застібку-блискавку, отримала назву А-2. Зрештою її дизайн не змінювався до 1949 року, до того моменту як не була створена культова модель МА-2 [50]. Ця модель куртки мала багато цікавих особливостей, найпомітнішою з яких була контрастна підкладка найчастіше помаранчевого коліру. Культовість та значущість цього силуету дала йому можливість бути обіграним різними дизайнерами, наприклад такими як Раф Сімонс, та створила можливість для широкого спектру її стилізації. Саме через її культурну значущість вона була обрана як один з зразків одягу в ході роботи.

Кепка, а саме п'яти-панельна кепка, або п'яти-панелька. Це вид кепки який відрізняється від звичайної бейсболки тим, що основна її частина шиється з п'яти деталей, а не з шести, та не має жорсткої основи в зоні чола. На сьогоднішній час такий вид кепок стає популярніше і все частіше її можна побачити на просторах фешн індустрії. П'яти-панелька з'явилася в 1920-х роках, почалася як простий утилітарний аксесуар для велосипедистів та працівників, що працюють на природі. Розроблена для забезпечення комфорту, захисту та стабільності, її інноваційна п'ятипанельна структура відповідала вимогам фізично інтенсивної діяльності. Однак протягом десятиліть 5-панельна кепка еволюціонувала далеко за межі свого початкового призначення, ставши справжнім символом міської культури. Її п'ятипанельна структура, відрізнялася від традиційних кепок, дозволяла їй щільно прилягати до голови, залишаючись стабільною під час фізичної активності. Велосипедисти та туристи обирали її за її практичні властивості, включаючи здатність залишатися на місці, забезпечуючи хорошу

видимість та захист від сонця. У 1990-х роках 5-панельна кепка пережила сплеск популярності у світі вуличного одягу. Supreme відіграла ключову роль у її демократизації. У 1994 році Supreme, заснована Джеймсом Джеббіа в Нью-Йорку, випустила версії 5-панельної кепки, відомі як «Camp Cap», які одразу ж здобули величезний успіх. Протягом багатьох років дизайн 5-панельної кепки еволюціонував, щоб відповідати вимогам комфорту, естетики та довговічності. Хоча класична модель з міцної бавовни залишається популярною, останніми роками з'явилися версії, виготовлені з технічних матеріалів, таких як перероблені тканини, поліестер і навіть водонепроникний текстиль. Крім того, бренди не бояться експериментувати з інноваційними візерунками, від камуфляжу до леопардового принта, квіткових та геометричних візерунків. Сьогодні 5-панельна кепка продовжує символізувати поєднання практичності та стилю. Багато брендів, від найбільш андеграундних до наймейнстрімніших, включають її у свої колекції, доводячи її міцне місце у світі моди [51].

Сумка, це найуніверсальніший виріб який тільки можна собі уявити. Станом на сьогодні існує велика різноманітність варіацій цього вирба, від малих, плечових барсеток, або великих спортивних сумок, або рюкзаків на спину. Така велика варіацій сумки пояснюється тим, що на протязі всього людського існування людям потрібно було переносити щось з собою. Ще з давніх часів коли наші предки були або збирачами, або мисливцями. Для відтворення в матеріалі була обрана модель сумки через плече, або іншими словами слінгбег. Така модель була розроблена в 1954 році для лижників для зберігання обіду та воску для лиж, та була зроблена із шкіри. Пізніше в 1980-х роках створили модель з нейлону, яка набула піку популярності в 1990-х та стала менш потрібною в 2000-ні. Але згодом її популярність відродилась завдяки таким іконам як Каньє Вест, Ріанна, Джейден Сміт та Рассел Вестбрук [52]. І сьогодні такі сумки частіше можна побачити на вулиці, з іншими атрибутами горп-кор стилістики в одязі.

Для виконання у матеріалі були обрані куртка-бомбер, п'ятипанельна

кепка та сумка через плече (слінгбег). Обрані ці вироби були через їх цікаву історію, універсальність та культову значущість.

4.2 Технологічні особливості роботи з текстильними фактурами

На сьогоднішній день існує багато способів обробки матеріалів, а саме тканин, які використовують в сфері легкої промисловості та дизайну одягу для того, щоб створити унікальну текстуру та фактуру [53]. Найпростіший приклад, який можна навести це наділення тканин особливими властивостями. Найпопулярніші з таких види обробки представлені нижче.

Водовідштовхувальна обробка. Вона є ефективним способом захисту тканин від впливу вологи. Цей метод дозволяє тканині залишатися сухою та зберігати свою структуру, не вбираючи воду.

Водотривка обробка. Водотривка обробка відрізняється тим, що витримує визначений стовпчик води, має конкретні показники витривалості.

Масловідштовхувальна обробка. Цей метод забезпечує відштовхування мастил та інших жирних речовин, підвищуючи тим самим тривалість та ефективність використання тканин.

Вогнетривка обробка. Вогнетривка обробка тканин є безпековим заходом, який робить їх менш вразливими до впливу високих температур та вогню. Тканини не підтримують горіння: спочатку повільно тліють, а потім процес горіння припиняється.

Тефлонова обробка. Вона робить тканини надзвичайно міцними та стійкими до забруднень.

Парафінова обробка. Парафінове покриття надає полотнам міцності та стійкості, створює гідрофобний шар на поверхні. Також надає тканині особливу м'якість та зберігає тепло.

Брудовідштовхуюча обробка. Брудовідштовхуюче покриття є важливим для підтримки зовнішнього вигляду тканин.

Акрилова обробка. Покриття акрилом надає тканині додатковий захист від ультрафіолетового випромінювання та забезпечує стійкість до вигорання

Антиінфрачервона обробка. Цей тип покриття робить тканини менш сприйнятливими до теплового випромінювання, спецодяг з неї непомітний у тепловізорі

В ході роботи над дипломною колекцією були використані деякі з подібних методів, але більше не для надання гідрофобних, або утеплюючих властивостей, а для надання тканині певної текстури або фактури.

Один з таких методів це відбілювання тканини за допомогою хімікатів. Найпримітивніший спосіб – це відбілювач. Відбілювач має в своєму складі активні хімічні речовини, такі як хлор, або кисень, які руйнують молекули барвника, який надає колір тканині (рис. 4.1). Тож цей спосіб допомагає наділити тканину ефектом старіння, якщо використати його небагато, буде виглядати так, ніби тканина вицвіла з часом, або барви на ній вигоріли, так ніби вона перебувала під прямими променями сонця. Це створює вінтажний ефект, та допомагає набути архівності.



Рис.4.1. Тканина після обробки відбілювачем

Вишивка – один з найдавніших та найпоширеніших методів обробки тканин, та вважається видом декоративного мистецтва. Такий вид обробки тканин представлений в багатьох народах та культурах, та кожен з них робить це по своїй методиці. Для Надання одягу саме архівної стилістики була обрана традиційна японська вишивка сашіко. Сашіко – це універсальна японська техніка шиття та вишивання, яка в основному використовується для ремонту, посилення та прикраси одягу (рис. 4.2). У минулому жінки сільськогосподарських громад виконували цей простий стібок, білою ниткою на різних тканинах, таких як бавовна. Згодом сашіко припинив бути необхідністю в декоративну вишивку. Сучасні зразки сашіко можна побачити в різних будинках моди в Японії та за її кордонами. Такий нетривіальний метод вишивки був обраний як данина поваги японським дизайнерам, які є лицем архівної моди.



Рис. 4.2. Зображення вишивки сашіко

Також в ході роботи була використана звичайна вишивка машинною строчкою зиг-заг, яка присутня майже на всіх швейних машинках побутового призначення.

Один з важливих ефектів, який був потрібен для створення архівності тканини це деконструкція тканини або її потертість. Потерта джинса, часто має вінтажний вигляд, часто джинса набуває потертостей в процесі носіння, або джинсам надають такий ефект в ході виробництва. Протерті джинси часто мають необроблений край в місцях потертості, та білі нитки, які лежать в основі в'язки тканини стають більш видними [54]. Подібного ефекту можна досягти за допомогою звичайного наждачного паперу, потрібно потерти їм тканину там де очікується бажаний ефект, повністю не розриваючи саму тканину.



Рис.4.3. Ефект потертості на джинсовій тканині

Ще один використаний метод декорування одягу – це пірсинг на одязі. Такий метод оздоблення виник не давно, але вже є невід’ємною частиною панкової естетики в одязі. Одяг з пірсингом одразу викликає увагу оточуючих і прямо контрастує з відсутністю пірсинга на тілі. Початківцем цього тренду була Вів’єн Вествуд яка зробила популярною панк в фешн індустрії. Зараз пірсинг можна все

частіше бачити майже на всіх предметах гардеробу, від футболок, до взуття та аксесуарів. Це додає неформальності загадковості та епатажу в образ [55].



Рис.4.4. Зображення одягу декорованого пірсингом

Станом на сьогодні одяг має багато різних методів обробки тканини. Для наділення тканини особливими властивостями використовують як Високотехнологічні методи, так і більш побутові, все залежить від бажаного кінцевого ефекту, який одяг має набути. В ході роботи над архівною колекцією були використані різні види обробок, для створення автентичного стилю. Основні з них – це відбілювання, потертості та пірсинг, які створюють ефект зістареності, зношеності, неформальності та епатажу, що і потребує архівна стилістика.

4.3 Вибір технічних методів та розробка конструкції елементів колекції

Для розробки колекції одягу на тему архівної моди можуть підійти багато технічних методів. Адже розробка креслень деталей моделі одягу, які б відповідали ескізу, або фор-ескізу повинна починатись з аналізу способів формотворення, які можуть допомогти найкоректніше реалізувати задум. Цю задачу можна вирішити з урахуванням тектоніки, тобто розробка лекал повинна

відбуватись на основі дослідження властивості тканини. Кінцевий результат цього процесу – це креслення або лекало моделі на папері, тобто на площині [56]. Існує три основні методи розробки одягу:

Розрахунковий метод: Цей метод передбачає використання математичних формул для розрахунку всіх параметрів викройки на основі заданих мірок. Він забезпечує точність та передбачуваність результату, але вимагає глибоких знань у галузі математики.

Графічний метод: Цей метод базується на побудові креслення моделі на папері. Він дозволяє візуалізувати форму виробу, враховувати особливості крою, а також співвідносити різні елементи одягу.

Метод базових конструкцій: Цей метод є поєднанням розрахункового та графічного підходів. Спочатку створюється базова викройка (основа) для певного типу одягу, а потім вона використовується як шаблон для моделювання та створення різних моделей.

Всі ці методи є корисними в конкретних ситуаціях. Для розробки авторської колекції був обраний підхід, який базується на екологічному підході, а саме апсайклінг був взятий за основний процес творення нових моделей.

Апсайклінг – це творчий процес, у якому старі або невикористані матеріали, предмети одягу чи предмети перетворюються на щось нове. Замість того, щоб просто викидати їх, переробка – це повторне використання того, що у вас вже є, та надання йому нового призначення чи нового вигляду. Це економить ресурси, зменшує кількість відходів і часто призводить до створення унікальних, виготовлених вручну предметів одягу чи предметів. Замість того, щоб викидати старий одяг, його можна перетворити його на щось нове за допомогою невеликої креативності та вміння. Наприклад можна використати старі джинси, щоб пошити нові шорти чи навіть сумку. Ви також можете переробити, полагодивши поламані речі. Всі нові створені предмети гардеробу будуть неповторні та гарантувати унікальність цієї речі [57].

Для відтворення обраних моделей колекції, був створений невеликий перелік правил, яких треба було дотримуватись. Цей перелік правил допомагав оптимізувати процес створення. Він робив його швидшим зрозумілішим та накладав певні рамки в ході роботи, які обмежували творчість в роботі до певного відсотку, щоб модель одягу була функціональна та мала цікавий вигляд.

Правило 1 – Підбір матеріалів. Матеріали або сировина мала здобуватись за певний, спеціально виділений для цього час. Протягом цього періоду потрібно було ходити по секонд-хендам та шукати сировину яка б мала схожий склад,, не була занадто старою, та мала схожу фактуру та текстуру. Від кількості матеріалу залежало те, що саме буде відшиватись.

Правило 2 – Розкрій. Розкрій відбувається після того як був придбаний основний матеріал для виробу.

Правило 3 - Додаткові матеріали. Додаткові матеріали такі як фурнітура та різні ремені, репсові стрічки, дов'язи, хольнітени, люверси тощо, закупаються після розкрою основних деталей виробу, коли творець вже має певне уявлення про те як виріб буде виглядати, які кольори буде в себе включати. Це робиться для того щоб не придбати зайвих матеріалів, які згодом не будуть використані.

Правило 3 – Відшив. Відшив відбувається після всіх попередніх дій коли на руках маютья всі деталі основного членування, та додаткові деталі наприклад пулери для блискавок, планки, додаткові сегменти по типу клапанів з заздалегідь встановленими кнопками, або ті деталі, в яких мають бути петлі для гудзиків. Це правило також створене для оптимізації, та пришвидшенню процесу зборки виробу.

Таким чином, для відтворення колекції одягу для кваліфікаційної роботи в матеріалі існує багато технік та методів створення одягу. Для того щоб відтворити творчий задум була обрана техніка апсайклінгу, яка відповідає ідеям архівності та екологічності. Для оптимізації та пришвидшення процесу зборки готових виробів була створена інструкція, яка допомагає це робити.

4.3.1 Розробка конструкції чоловічої куртки (бомбера)

Запропонована модель 1 для виконання в матеріалі – куртка-бомбер. Опис зовнішнього вигляду виробу з характеристикою конструкції виробу в цілому й окремих частин надається для подальшої розробки конструкторсько-технічної документації.

Таблиця 4.1

Формування вихідних даних для отримання конструкції

№	Найменування ознаки	Варіант ознаки
1	Асортимент (вид виробу)	Бомбер
2	Статеві-вікова ознака	Чоловічий, мол. група
3	Силует	Оверсайз
4	Покрій	Вшивний рукав
5	Розмірно-повнотна ознака	170-180 см
6	Прибавка Пг	10 см
7	Матеріал	Вельвет, бавовна джинса

Для куртки-бомбера, яку було взято для побудови базової конструкції потрібні наступні мірки:

Обхват грудей (Ог)

Обхват талії (От)

Обхват стегон (Ос) (для контролю об'єму низу)

Довжина виробу (Дв)

Довжина рукава (Др)

Ширина плечей (Шп)

Висота пройми (Вп)

Для побудови пілочки та спинки: Ширина – $\frac{1}{4} (Ог) + 10$ см вільного прилягання. Висота – (Дв)

Лінія плечей: подовжена на 2 см, плечовий шов спущений на 2 см нижче базової точки силуету для більш розслабленого силуету.

Пройма: спущена на 3 см, лінія побудована більш округлою для вільного руху руки при носінні.

Горловина та лінія низу: Горловина по спинці заглиблена на 1,5 см, по пілочці на 10 см. Ширина лінії низу = ширині грудей.

Рукав: Класичний рукав – об’ємний з додатковою посадкою. Для побудови окату треба збільшити його висоту на 1,5 см, та зробити ширшу верхню частину. Ширина рукава по передпліччю збільшується для формування повітряного силуету проте в даній моделі рукав поступово звужується до низу під розмір манжету.

Додаткові деталі для моделі: В дану модель були додані деталі, які зазвичай не характерні для бомбера. А саме: Накладні бокові кишені по пілочці, додаткова накладна кишеня по пілочці на грудях, сорочковий комір з додатковою планкою для фіксації горловини, додаткові накладні кишені на підкладці пілочки, клапан для застібки-блискавки, та фігурні накладки по рукавах плечах та спинці для доконаного образу бомбера.

Згідно інструкції спершу були розроблені базові лекала бомбера (рис. 4.5).



Рис.4.5. Базове лекало куртки-бомбера (деталі рукава, пілочки,спинки)

Надалі була підготовлена сировина для розкрою деталей основи бомбера. А саме процес розпорювання старих виробів.



Рис.4.6. Підготовлена сировина для розкрою деталей основи

Після підготовки сировини, деталі старих виробів зшивались у полотнища для зручного покрою деталей майбутньої куртки.



Рис.4.7. Створення полотнищ для покрою деталей майбутнього виробу на прикладі деталі спинки та рукава

Після покрою та всіх приготувань відбувається етап зборки усіх деталей між собою. Після того як основа виробу була пошита, а саме деталі пілочки спинки та рукава з'єднані між собою відбувається процес моделювання. В даному випадку це додавання додаткових кишень коміру та клапану для блискавки.



Рис.4.8. Змодельовані деталі основи бомбера

Надалі цей самий процес відбувається з підкладкою та збирається разом з основою, до закриття виробу відбувається процес встановлення фурнітури, в випадку цієї моделі це кнопки для клапанів та планок застібки та горловини та гудзики для накладної нагрудної кишені. Після цього пришиваються манжети за виріб закривається через шов вивороту рукава.



Рис. 4.9. Фотографії готової моделі куртки-бомбера

4.3.2 Розробка конструкції кепки та особливості її кастомизації

Запропонована модель 2 для виконання в матеріалі – кепка-п'ятипанелька. Опис зовнішнього вигляду виробу з характеристикою конструкції виробу в цілому й окремих частин надається для подальшої розробки конструкторсько-технічної документації.

Таблиця 4.2

Формування вихідних даних для отримання конструкції кепки

№	Найменування ознаки	Варіант ознаки
1	Асортимент (вид виробу)	Кепка-п'ятипанелька
2	Статеві-вікова ознака	Чоловічий, мол. група
3	Силует	Класичний
5	Покрій	Твердий картуз
6	Матеріал	Вельвет, бавовна, джинса

Зазвичай п'ятипанелька складається з таких деталей: Передня панель, козирок, бічні панелі, верхня панель (в даному випадку вона складається з двох деталей), задній обхват (ремінець або регулятор), прокладка для козирка (пластиковая), та підкладка (в даному випадку її не буде).

Також для побудови цього виробу потрібно зняти основні мірки: Обхват голови (Ог), висота голови (Вг), глибина кепки (Гп), Ширна лоба (Шл), та мати розуміння на яку форму голови робиться виріб круглу, чи овальну.

Нижче представлена послідовність побудови основної конструкції.

Центральна панель в даному випадку це составна деталь, яка складається з двох деталей. Довжина деталей = $1/2$ Ог, ширина передньої частини 7 см по 3,5 см, задньої 6 см по 3см. Також ці паланки мають увігнуті бокові лінії.

Бічні панелі – це дві семеричні деталі які формують борта кепки. Висота панелі = Гп 11см, довжина панелі $1\frac{1}{4}$ Ог 15см, довжина верхнього краю = $4/3$ довжини увігнутої частини верхньої планки.

Передня панель – це основна деталь виробу, яка може бути плоскою, або окурглою, в цій моделі вона буде плоскою. Її висота = $1/4$ довжини увігнутої частини верхньої планки. Довжина $2/1$ ширини верхньої планки.

Козирок формувався виходячи з пластикової підкладки під нього, з якої було зрізано 3 см довжини для кращої силуетності. В ролі заднього регулятора виступила резинка з фіксатором.

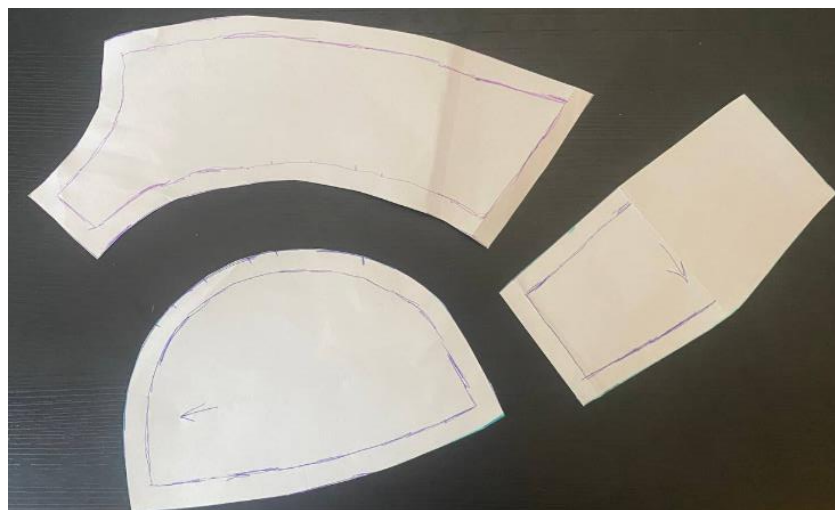


Рис. 4.10. Готові лекала кепки

Після формування лекала настав етап покрою деталей. Для цього із залишків джинси, вельвету та саржі були вирізані деталі, деякі у парній кількості для подальших етапів моделювання. Та були сформовані деталі козирка.



Рис. 4.11. Сформовані деталі кепки

Після покрою деталей, відбувався етап зборки кепки, в ході якого всі деталі були з'єднані між собою та сформували базову модель, готову для моделювання.



Рис. 4.12. Зібрана базова модель кепки

Після зборки базової моделі відбувся процес моделювання. В ході цього процесу з основних деталей, які було продубльовано додатковими вставками були вирізані сегменти та оброблені контрастними нитками, та різними строчками, які є базовими для звичайних побутових машинок (зиг-заг строчка). Також на поверхню кепки були нашиті додаткові частини, та вся її поверхня додатково була оброблена плавними лініями за допомогою строчки зиг-заг. Це було зроблено для підсилення силуету, та для кращого утримання форми виробу. Задній регулятор був зроблений у вигляді перехрещеної навхрест резинки, яка

вшивалась з однієї сторони, а з іншої виходила через люверси та мала додатковий фіксатор, для фіксації виробу на голові.



Рис. 4.13 Фотографії розмодельованої п'яти-панельної кепки

4.3.3 Опис процесу створення авторської сумки

Третя модель, запропонована для виконання в матеріалі, – це авторська сумка для носіння через плече. Модель цієї сумки подібна до моделей slingbag своїм принципом носіння на спині через одне плече за допомогою її фіксації стропами. Опис зовнішнього вигляду виробу з характеристикою конструкції виробу в цілому й окремих частин надається для подальшої розробки конструкторсько-технічної документації.

Таблиця 4.3

Формування вихідних даних для отримання конструкції сумки

№	Найменування ознаки	Варіант ознаки
1	Асортимент (вид виробу)	Сумка на одне плече
2	Статеві-вікова ознака	Чоловічий, мол. група
3	Силует	Бананоподібний
5	Покрій	Розширений клином
6	Матеріал	Мембранна тканина, прорезинений канвас, плащівка,

Модель цієї сумки є симетричною, тож має парну кількість основних деталей. Особливістю сумки є розклинування по низу виробу, та кишеня, яка буде приховувати деталі виточок. Базова конструкція цієї моделі має шість основних деталей, які представлені на рис. 4.14-4.19.

Спинка, задня деталь сумки, виглядає як прямокутник з заокругленими нижніми кутами.



Рис.4.14. Зображення лекала деталі спинки сумки

Пілочка – передня деталь сумки з двома виточками для створення форми. Розмодельований варіант деталі пілочки. Має дві виточки на відстані 10 см від середини та напівкруглу форму. Важливо при моделювання цієї деталі зберегти довжину нижнього краю відповідною до довжини нижнього краю спинки, з закритими виточками. А довжина верхнього краю має бути однаковою з довжиною заокругленого краю кришки.

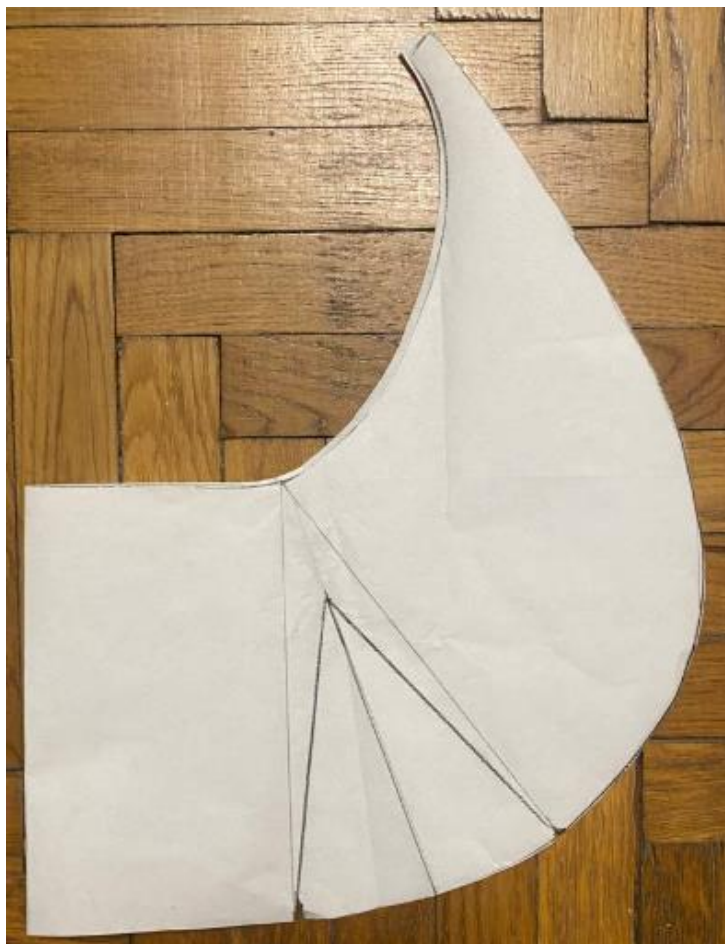


Рис.4.15. Зображення лекала деталі пілочки сумки

Кришка – верхня деталь, яка пришивається до спинки і між якою та пілочкою вшивається блискавка. Також має прямокутну спинку з округлими нижніми кутами, як і спинка. Її ширина має відповідати ширині спинки.



Рис.4.16. Зображення лекала деталі кришки сумки

Клин – розширювач, який вшивається між пілочкою та спинкою для збільшення ємності сумки. Може бути будь-якого розміру, але обов’язково потрібно зберегти ширину деталі, вона повинна бути однаковою з шириною нижньої частини пілочки

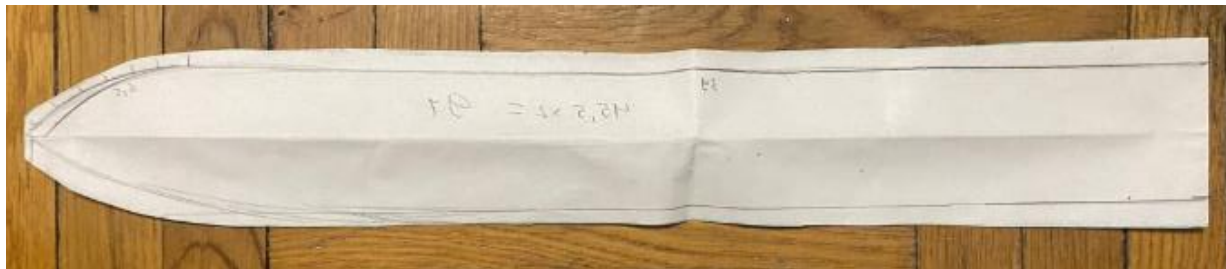


Рис.4.17. Зображення лекала деталі клину сумки

Кишеня – деталь яка нашивається на пілочку і закриває собою виточки. Повторює деталь пілочки, але має рівний зріз по верху деталі, нашивається на пілочку, з закритими виточками.

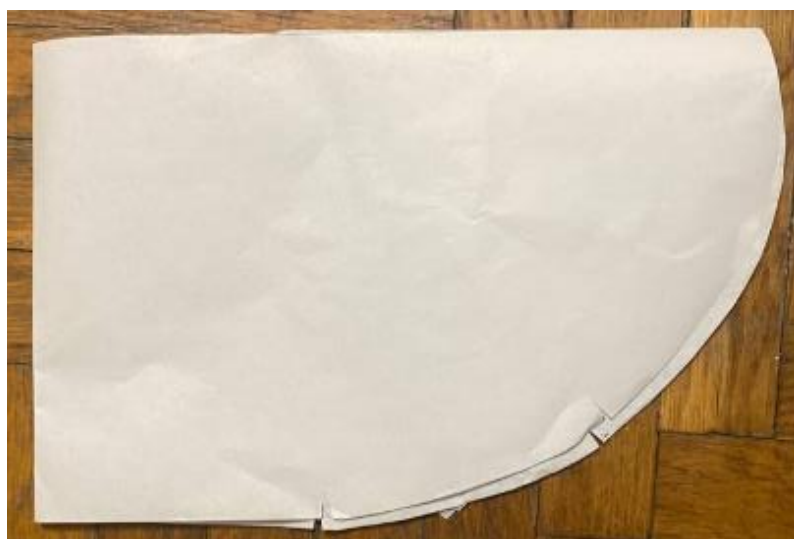


Рис.4.18. Зображення лекала деталі кишені сумки

Кріплення для ремня – дві однакові деталі, які пришиваються на верхніх точках по боках сумки та служать для фіксації сумки в одному положенні на

спині, та додатковим місцем для моделювання самого виробу. Деталь може мати довільну форму.

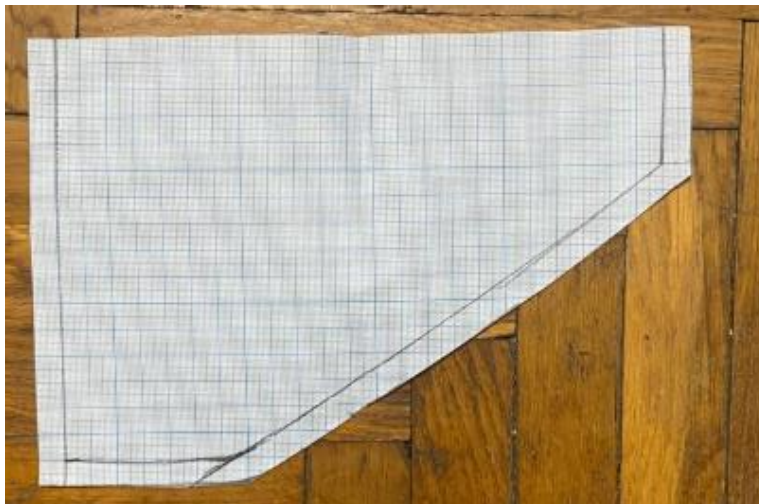


Рис.4.19. Зображення лекала деталі кріплення ременя сумки

Після створення лекал та підбору матеріалів розпочався процес сборки сумки та її місцевого моделювання. Оскільки модель відшивалась з лижного комбінезону, який має нести в собі певну технологічність та зручність, таку як захист від вологи, вітру або можливість його швидкого знімання, то моделювання сумки проходило з урахуванням цих принципів. Отже в базову модель були внесені зміни які зробили модель зручнішою в експлуатації.



Рис. 4.20. Фотографії сумки

Таблиця 4.4.

Додаткові деталі сумки та їх призначення

№	Додаткова деталь	Призначення	Зображення
1	Фастекс на основному ремені	Можливість швидкого скиду сумки	
2	Подовжений ремінь	Регулювання довжини ременя	
3	Строповий вузол	Можливість причепити додаткові речі (рукавиці, кепку), обв'язати нвкрло ременя.	
4	Накладка на кришку, з шнуром	Можливість прикріпити до сумки верхній одяг (світшот, вітровка)	
5	Шнур для утяжки клину	Регулювання габаритів сумки	
6	Велкро-панель	Декор, можливість додати патч або шеврон	
7	Стропа з системою MOLLE	Можливість приєднання додаткових обвісів, фіксація залишків шнура-регулятора.	
8	Двостороння застібка	Доступ до основного відділення сумки з обох сторін	

Висновки

У проектно-конструкторському розділі дипломної роботи обґрунтовано та надано результати практичної реалізації дизайн-проекту, метою якого було створення трьох моделей колекції в матеріалі в техніці апсайклінгу, та концепції архівної моди. В процесі роботи було розглянуто особливості екологічного підходу створення одягу з речей куплених на вторинному ринку.

Створено інструкцію, яка оптимізує процес роботи та допомагає максимально швидко та ефективно відтворювати дизайнерські прет-а-порте виробу в техніці апсайклінг. Для створення трьох моделей для колекції з архівною стилістикою було обрано оптимальні тканини, які за рахунок свого віку відтворюють унікальні фактури та текстури з ефектом вінтажу та зношеності.

Розроблено три одиничні моделі з колекції, для кожної з них було використано індивідуальний підхід в ході конструювання. Куртка-бомбер була створена максимально класичним методом, на основі базової конструкції подібної куртки. Кепка була змодельована за допомогою додаткових деталей. Сумка була відтворена з урахуванням оптимального використання сировини, її кількості та якості.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У результаті виконання кваліфікаційної роботи було реалізовано повний цикл дизайнерської розробки авторської колекції одягу «73/3», натхненої підходами архівної моди. На основі ґрунтовного дослідження досвіду дизайнерів, які працювали в даному напрямку та аналізу сучасного споживчого ринку було трансформовано творчі джерела в оригінальні модель-образи. Колекція в еклектичній манері поєднує різні стилістичні ознаки та методи апсайклінгу.

У ході виконання роботи досягнуті певні важливі результати, що засвідчують цілісність та практичну значущість авторського дизайнерського проєкту.

1. Проведено поглиблений аналітичний огляд феномену архівної моди, досліджено його характерні риси та доведено актуальність застосування даного напрямку у сучасному дизайні одягу.

2. Розроблено концепцію колекції чоловічого та жіночого одягу, візуальна мова якої поєднує традиції архівної моди і естетику постгранжу.

3. Визначено цільову аудиторію – молодих людей креативної спільноти, для яких мода є не просто системою одягу, а формою інтелектуальної взаємодії з історією, пам'яттю та контекстом. Саме для цих потенційних споживачів сформовано асортиментний склад і стилістичну концепцію моделей колекції.

4. Сформовано блокову структуру колекції з урахуванням модних тенденцій 2025 року та стилістики джерела натхнення.

5. Обрано вихідні текстильні матеріали, розроблені методи їх штучного старіння та надання ефектів, характерних для дизайну формату «архів».

6. Визначено методи формоутворення й оптимальні підходи до проєктування об'ємно-просторової структури моделей із урахуванням концепції колекції..

7. Розроблено конструкції п'яти моделей колекції, що відповідають темі дослідження, а також ергономічним, функціональним та естетичним вимогам сучасного одягу.

8. Забезпечено цілісність проекту через адекватне поєднання ідеї, стилістики та технологічної реалізації моделей колекції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Besana N. Co-designing with the archive: a new way of interacting with contemporary fashion archives. *European Journal of Cultural Management and Policy*, 2025. DOI: 10.3389/ejcmp.2025.14013. (Frontiers Publishing Partnerships). URL: <https://www.frontierspartnerships.org/journals/european-journal-of-cultural-management-and-policy/articles/10.3389/ejcmp.2025.14013/full> (дата звернення: 06.12.2025).
2. Rodriguez Schon V. Experiencing digital fashion archives through a decolonial lens. *European Journal of Cultural Management and Policy*, 2025. DOI: 10.3389/ejcmp.2025.14563. (Frontiers Publishing Partnerships). URL: <https://www.frontierspartnerships.org/journals/european-journal-of-cultural-management-and-policy/articles/10.3389/ejcmp.2025.14563/full> (дата звернення: 06.12.2025).
3. Protean Images of Fashion: Revaluation of Past Styles in New Settings. У: *Theorizing Images*, 2016–2017. Humanities Commons. URL: <https://works.hcommons.org/.../protean-images-of-fashion-revaluation-of-past-styles-in-new-settings.pdf> (дата звернення: 06.12.2025).
4. European Fashion Heritage. European Fashion Heritage — About. (n.d.). URL: <https://fashionheritage.eu/> (дата звернення: 06.12.2025).
5. Inside Gen Z's Shopping Journey on Snap. *Vogue Business*. URL: <https://www.vogue.com/business> (дата звернення: 06.12.2025).
6. The Fashion Law. The workings of and use case for a fashion brand's archive. 2025. URL: <https://www.thefashionlaw.com/...> (дата звернення: 06.12.2025).
7. Manfredi C. How Fashion Brands Use Their Archives To Preserve ... *L'Officiel USA*, 2024. URL: <https://www.lofficielusa.com/fashion/luxury-fashion-archives-explainer-heritage-inspiration> (дата звернення: 06.12.2025).

8. The role of Instagram influencers as a source of fashion information. ResearchGate, 2020-ri. URL: https://www.researchgate.net/.../The_role_of_Instagram_influencers_as_a_source_of_fashion_information (дата звернення: 06.12.2025).
9. Protean Images of Fashion: Revaluation of Past Styles in New Settings. ResearchGate, 2017. URL: https://www.researchgate.net/publication/320011961_Protean_Images_of_Fashion_Revaluation_of_Past_Styles_in_New_Settings (дата звернення: 06.12.2025).
10. Fashion's archives are on the blockchain and being made into NFTs. URL: <https://www.vogue.com/article/fashions-archives-are-on-the-blockchain-and-being-made-into-nfts> (дата звернення: 05.12.2025).
11. NOIR KEI Ninomiya. URL: https://theicon.ua/brand/noir_kei_ninomiya_560/?srsltid=AfmBOoohJkS7qgvhmBqlwUURbb_k4_zSj2ShIM9lNUzxY8Dj3iLkyLQ7 (дата звернення: 10.10.2025).
12. The Prada Group. URL: https://www.pradagroup.com/content/dam/pradagroup/documents/Responsabilita_sociale/2024/Report-CSR-2023/e-Prada_Group_2023_Sustainability_Report.pdf (дата звернення: 15.11.2025).
13. Iris van Herpen. Sculpting the Senses. URL: <https://madparis.fr/Iris-van-Herpen-Sculpting-the-Senses> (дата звернення: 10.10.2025).
14. Дослідження ідеї одягу в колекції KSENIASCHNAIDER x Lee Cooper на Лондонському тижні моди. URL: <https://elle.ua/moda/fashion-blog/doslidzhennya-idei-odyagu-v-kolekcii-kseniaschnaider-h-lee-cooper-na-londonskomu-tizhni-modi/> (дата звернення: 10.10.2025).
15. Колекція SARAY від бренду PODYH. URL: <https://marieclaire.ua/fashion/kolektsiya-saray-vid-brendu-podyh> (дата звернення: 10.10.2025).

16. Gucci launches new deadstock and resale programmes as part of bigger circularity efforts. *Vogue Business*. URL: <https://www.voguebusiness.com/sustainability/gucci-launches-new-deadstock-and-resale-programmes-as-part-of-bigger-circularity-efforts> (дата звернення: 12.11.2025).
17. Gucci and Kering launch circularity hub in sustainable manufacturing push. *Vogue Business*. URL: <https://www.voguebusiness.com/sustainability/gucci-and-kering-launch-circularity-hub-in-sustainable-manufacturing-push> (дата звернення: 12.11.2025).
18. Gucci Wants To Go Circular – Here’s How. *Vogue Hong Kong (Vogue)*. URL: <https://www.voguehk.com/en/article/fashion/gucci-sustainable-design/> (дата звернення: 12.11.2025).
19. Back To The Future: The Fashion Luxury Resale Market. University of Venice PDF. URL: <https://unitesi.unive.it/retrieve/a80f687a-08b3-4a32-997a-be981819aa69/867367-1267917.pdf> (unitesi.unive.it) (дата звернення: 12.11.2025).
20. Fashion Sgans/ URL: <https://www.archivepdf.net/post/is-archive-fashion-sustainable> (дата звернення: 02.11.2025).
21. Why luxury is obsessed with relaunching old bags / *Vogue*. — 2023. — URL: <https://www.vogue.com/article/why-luxury-is-obsessed-with-relaunching-old-archive-bags>. (дата звернення: 12.11.2025).
22. What the new guard of fashion and beauty taught us in 2023 / *Vogue Business*. — 2023. — URL: <https://www.voguebusiness.com/story/companies/what-the-new-guard-of-fashion-and-beauty-taught-us-in-2023>. (дата звернення: 12.11.2025).
23. Metropolitan Museum of Art — *Rei Kawakubo/Comme des Garçons: Art of the In-Between* (exhibition overview). URL: <https://www.metmuseum.org/exhibitions/listings/2017/rei-kawakubo> (дата звернення: 12.11.2025).

24. *Rei Kawakubo interview / Comme des Garçons (2017)*. URL: <https://www.vogue.com/article/rei-kawakubo-interview-comme-des-garcons-2017-met-museum-costume-exhibit>. (дата звернення: 12.11.2025).
25. Шулікіна М. Темний лорд: що Йоджі Ямамото зробив для світу моди / Vogue UA. – URL: : <https://vogue.ua/article/fashion/persona/temnyy-lord-vse-chto-nuzhno-znat-o-yodzhi-yamamoto-29293.html> (дата звернення: 08.09.2025).
26. Issey Miyake official – *Concepts and technologies (Pleats, A-POC)*. URL: <https://mds.isseymiyake.com/im/en/>. (mds.isseymiyake.com) (дата звернення: 08.09.2025).
27. ResearchGate – *Issey Miyake's "A-POC" from the Perspective...* (academic discussion). URL: https://www.researchgate.net/publication/357766709_Issey_Miyake%27s_%27A-POC%27_from_the_Perspective_of_the_Philosophy_of_Technology. (дата звернення: 08.09.2025).
28. *Junya Watanabe interview / making the orthodox exquisite through collaboration*. URL: <https://www.vogue.com/article/the-real-thing-junya-watanabe-on-making-the-orthodox-exquisite-through-collaboration>. (дата звернення: 08.09.2025).
29. *Maison Margiela: The Art of Deconstruction* // Vogue. – 2020. – URL: <https://www.vogue.com> (дата звернення: 13.11.2025).
30. *Deconstruction and Reconstruction in the Works of Martin Margiela* // ResearchGate. – 2019. – URL: <https://www.researchgate.net> (дата звернення: 13.11.2025).
31. *Ann Demeulemeester Retrospective* // ModeMuseum (MoMu) / Google Arts & Culture. – 2022. – URL: <https://artsandculture.google.com/partner/momu> (дата звернення: 13.11.2025).

32. *Ann Demeulemeester: The Poetry of Clothing* // Dazed Digital. – 2018. – URL: <https://www.dazeddigital.com> (дата звернення: 13.11.2025).
33. *Dries Van Noten on the Science of Print and Pattern* // GQ. – 2021. – URL: <https://www.gq.com> (дата звернення: 13.11.2025).
34. *Dries Van Noten: On Timelessness and the Archive* // The Talks. – 2020. – URL: <https://www.the-talks.com> (дата звернення: 13.11.2025).
35. *Raf Simons: collection stories* // MoMu – Fashion Museum Antwerp. – URL: <https://www.momu.be/en/collection-stories/raf-simons-2?lang=en> (дата звернення: 13.11.2025).
36. *Raf Simons Is Reissuing 100 Fashion Grails From His Archive* // Vogue. – 2020. – URL: <https://www.vogue.com/article/raf-simons-archive-sale> (дата звернення: 13.11.2025).
37. *Raf Simons on the Quiet Elegance of His Shaker-Inspired Textiles (Kvadrat interview)* // Vogue. – 2022. – URL: <https://www.vogue.com/article/raf-simons-kvadrat-shaker-collection-interview> (дата звернення: 13.11.2025).
38. Roux C. *Raf Simons on life after Calvin Klein: 'I've never defined myself as a fashion designer'* // The Guardian. – 2019. – URL: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/ng-interactive/2019/apr/09/raf-simons-on-life-after-calvin-klein-ive-never-defined-myself-as-a-fashion-designer> (дата звернення: 13.11.2025).
39. Lee, S.-E., Kunz, G. I., Fiore, A. M., & Campbell, J. R. *Acceptance of Mass Customization of Apparel* // Clothing and Textiles Research Journal. – 2000. – URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0887302X0202000302> (дата звернення: 13.11.2025).
40. Lagoda O. M. *Mass Customization of Clothes as a Concept* // Journal of Art & Design. – 2021. – URL: <https://jrnl.knutd.edu.ua/index.php/artdes/article/view/849> (дата звернення: 13.11.2025).

41. «How mining the archives became fashion's go-to strategy» // Business of Fashion. – 2025. – URL: <https://www.businessoffashion.com/articles/retail/why-brands-are-releasing-vintage-capsules-and-reissues/> (дата звернення: 13.11.2025).
42. Chitrakorn, K. *The fight for the fashion archive: Brands, collectors and Gen Z face off* // Vogue. – 2022. – URL: <https://www.vogue.com/article/the-fight-for-the-fashion-archive-anna-sui-pucci-brands-gen-z-face-off> (дата звернення: 13.11.2025).
43. UCR News. *Mass customization can make fashion more sustainable if customers are willing* // University of California, Riverside. – 2022. – URL: <https://news.ucr.edu/articles/2022/02/01/mass-customization-can-make-fashion-more-sustainable-if-customers-are-willing> (дата звернення: 04.11.2025).
44. Cultural Capital Theory of Pierre Bourdieu. <https://www.simplypsychology.org/cultural-capital-theory-of-pierre-bourdieu.html> (дата звернення: 04.11.2025).
45. 12 головних модних тенденцій сезону осінь-зима 2025/2026 URL: (дата звернення: 04.11.2025).
46. Constant_practice. URL: https://www.instagram.com/constant_practice/ (дата звернення: 04.11.2025).
47. Sashiko. URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/Sashiko> (дата звернення: 04.11.2025).
48. Tobi trousers. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Tobi_trousers (дата звернення: 04.11.2025).
49. Graphic Prints in Archive Fashion: Undercover by Jun Takahashi. URL: <https://www.archivepdf.net/articles/graphic-prints-in-archive-fashion-undercover-by-jun-takahashi> (дата звернення: 06.11.2025).
50. Що таке бомбер та як його носити? URL: <https://freever.ua/kak-nosit-bomber> (дата звернення: 06.11.2025).

51. The History of the 5 Panel Cap: From Utility to Fashion Statement. URL: <https://www.droverclub.com/post/the-history-of-the-5-panel-cap-from-utility-to-fashion-statement> (дата звернення: 06.11.2025).
52. History Of The Sling Bag. URL: https://stplwear.com/blogs/journal/history-of-the-sling-bag?srsltid=AfmBOoroduGwmY6A7zpBD5Fn1iaVy_IL8Mv0NimcJpZqVd4wPOn5_09K (дата звернення: 06.11.2025).
53. Види обробок, що надають тканинам особливі якості. URL: https://tk.ua/ua/articles/vidi-obrobok-shho-nadayut-tkaninam-osoblivi-yakosti.html?srsltid=AfmBOopJ3G_qPZIcFsuAyII7XeQrRu72y7Lk--gESf_LbfLFgcFnn7_Z (дата звернення: 06.11.2025).
54. Understanding Denim Recycling: A Quantitative Study with Lifecycle Assessment Methodology. URL: https://www.researchgate.net/publication/342474187_Understanding_Denim_Recycling_A_Quantitative_Study_with_Lifecycle_Assessment_Methodology (дата звернення: 06.11.2025).
55. DIY Piercings? Bad Idea. DIY Pierced Clothing? Badass. URL: <https://www.highsnobiety.com/p/piercing-fashion-trend/> (дата звернення: 04.11.2025).
56. Пашкевич К. Л. Дизайн одягу на засадах тектонічного підходу: методи, засоби, проектні практики: Ч.1. Конструктивне моделювання одягу: моногр. Київ: КНУТД, 2023. 130 с.
57. Upcycling ideas: giving old clothes a second life. URL: <https://www.c-and-a.com/eu/en/shop/upcycling-ideas-for-clothes> (дата звернення: 04.11.2025).

ДОДАТКИ

Додаток А. Ілюстративний матеріал до Розділу 1

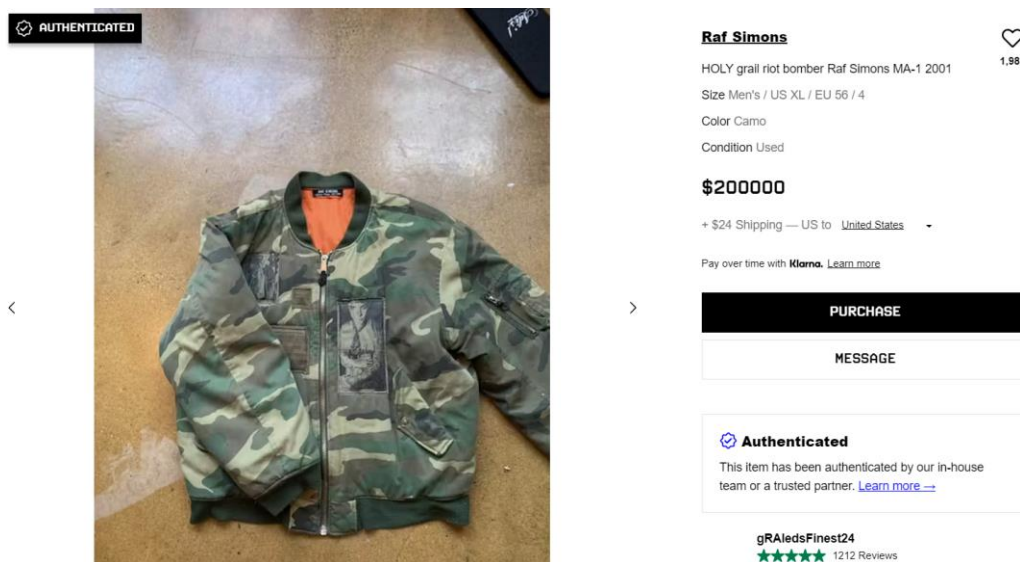


Рис.А.1 Цінник Куртки-бомбера Riot Raf Simons F/W 2001 на сайті
Grailed



Рис.А.2. Raf Simons' “Riot! Riot! Riot!” бомбер



Рис.А.3-6. Детальні зображення бомбера AW2001 "Riot, Riot, Riot" MA-1 Camo Patched Bomber
<https://archived.co/products/raf-simons-camo-patched-bomber>



Рис.А.7-12. Зображення з журналу Men's Non-No Magazine Raf Simons
Autumn Winter 2001 "Riot!Riot!Riot!" Editorial For



Рис.А.8. Рік Оуенс



Рис.А.9. Еді Сілман



Рис.А.10. Японські дизайнери



Рис.А.11-13. Yohji Yamamoto Mei Brocade and section of the 75 Years of adidas exhibition <https://www.archivepdf.net/articles/elegant-sportswear-a-harmonious-partnership-between-adidas-yohji-yamamoto>



Рис.А.14-15. Yohji Yamamoto Adidas Y-3 HEROES leather jacket
<https://www.archivepdf.net/articles/elegant-sportswear-a-harmonious-partnership-between-adidas-yohji-yamamoto>



Рис.А.16. Belt Jacket



Рис.А.17. Maison Martin Margiela Lot n34 S/S 1990 Black and White Spotted Wool Suit. <https://www.archivepdf.net/articles/the-two-faces-of-martin-margiela>



Рис.А.18. \$11 Dollar Bill



Рис.А.19. Зображення перероблених виробів Martin Margiela SS06 для Gap Mens Press, 2006 <https://www.archivepdf.net/articles/maison-martin-margielas-first-show-spring-1989-deconstruction-and-interpretation>



Рис.А.20-24. MAISON MARGIELA GAT <https://glam-archive.com/products/margiela-gat-42>



Рис.А.25-26. Зображення зліва: традиційна японська гета. Праворуч: Maison Margiela Tabi Boot



Рис.А.27. Архівне фото першого показу колекції Maison Martin Margiela, весна-літо 1989. <https://vogue.ua/article/fashion/persona/lico-za-maskoy-kulturnye-kody-maison-margiela-24653.html>

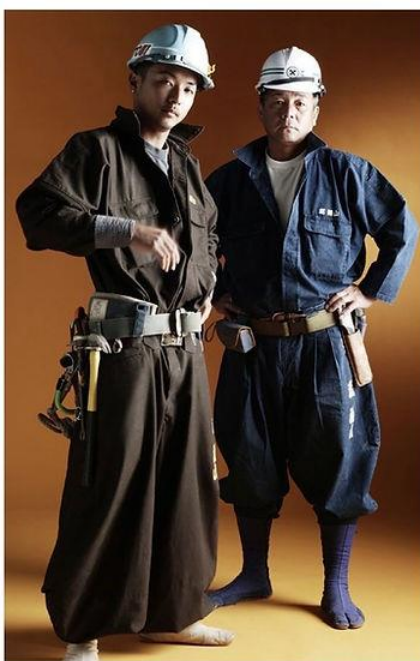


Рис.А.28-29. Ліворуч: Японські будівельники у штаних Tobi та черевиках Jika Tabi. Праворуч: Людина у штаних Yohji Nakama та черевиках Margiela Tabi.



GREEN EDGE BADGE

TELA STELLA SMOCK
STONE ISLAND
S/S 1982

TRUSS

Рис.А.30. куртка «Tela Stella»



Рис.А.31. Лев (Іспанія, після 1200 року)

Додаток Б. Ілюстративний матеріал до Розділу 2



Тренч



Бомбер



Ланцюжок від бренду

Alyx

Рис.Б.1-3 Запозичення з військового костюма в сучасній моді



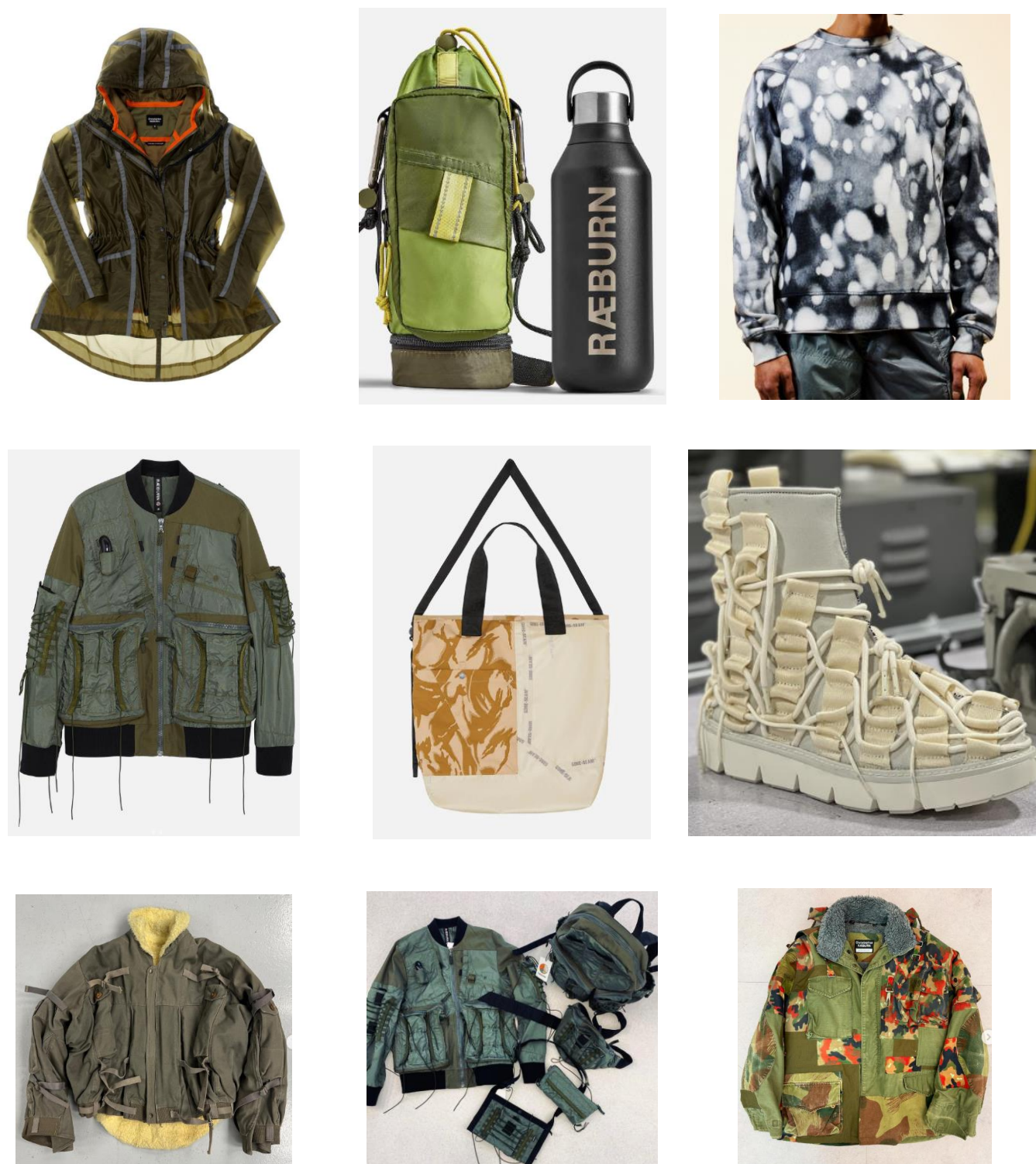


Рис.Б.4-18 Вплив мілітарі естетики на сучасний дизайн на прикладі робіт Крістофера Рейбена <https://www.instagram.com/christopher.raeburn/>





Рис.Б.19-27. Вплив мілітарі естетики на сучасний дизайн на прикладі робіт Метью Вільямса та бренду Alyx <https://www.instagram.com/alyxstudio/>



Рис.Б.28-30. Вплив мілітарі естетики на сучасний дизайн на прикладі робіт бренду KAPITAL <https://www.instagram.com/kapitalglobal/>

Додаток В. Ілюстративний матеріал до Розділу 3



Рис.В.1-5 Фор-ескізи блоку колекції «Головні убори»



Рис.В.6-10 Фор-ескізи блоку колекції «Жіночі образи»



Рис.В.11-15 Фор-ескізи блоку колекції «Теплий»



Рис.В.16-20 Фор-ескізи блоку колекції «Повсякденність»



Рис.В.21-25 Фор-ескізи блоку колекції «Классика»



Рис.В.26-30 Фор-ескізи блоку колекції «Сумки»

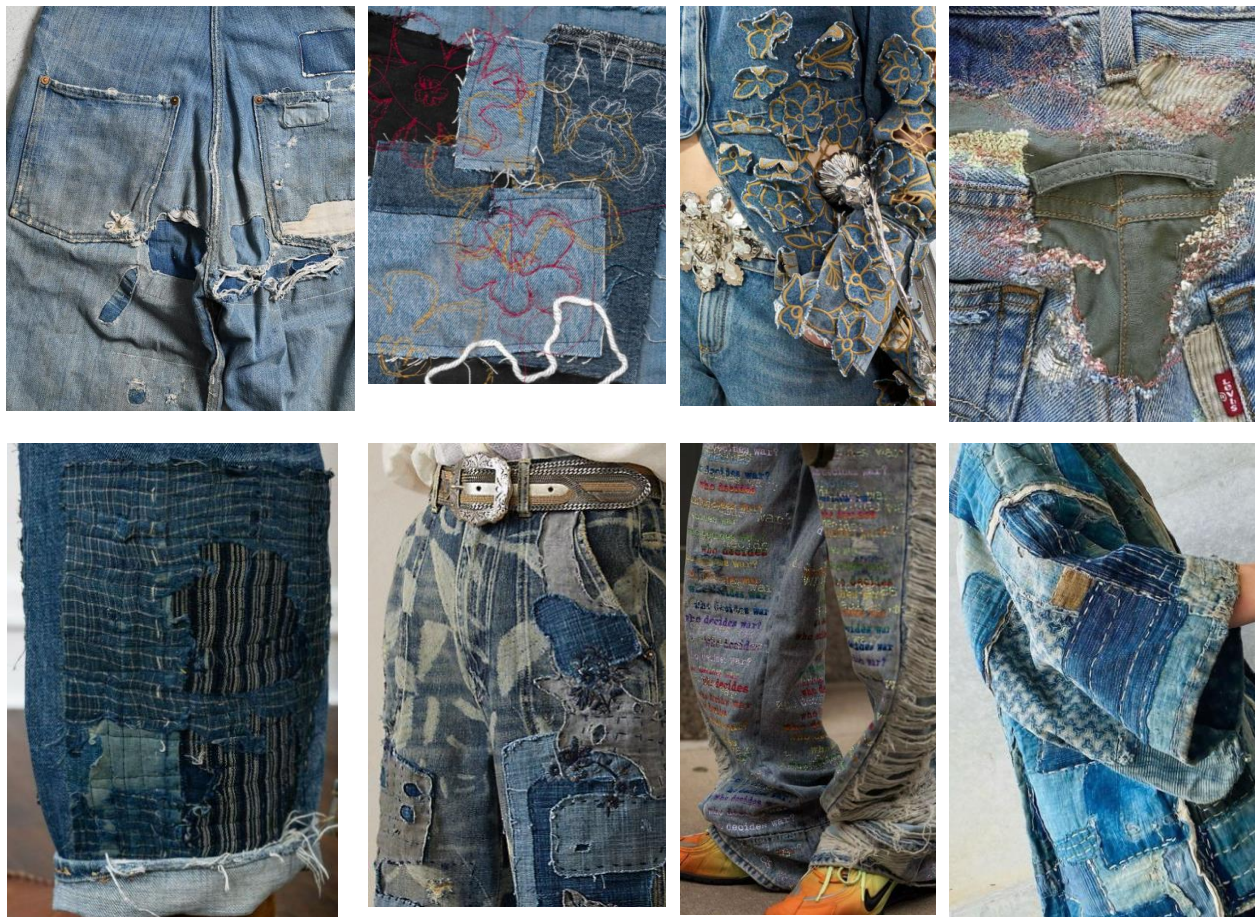
Додаток Г. Ілюстративний матеріал до Розділу 4

Рис.Г.1-8 Приклади дістрессу та петчворку на денімі

<https://www.instagram.com/p/DRl9uYkjEu3/>



Рис.Г. 9-10 Приклад декорування одягу побутовими речами від бренду Undercover Fall 2006 Ready to wear <https://www.instagram.com/earlyscab/>



Рис.Г. 11-13 Приклад декорування горловини за допомогою прикарс для пірсинга та металевими оболонками від запальничок від бренду Balenciaga <https://www.instagram.com/library.clothes/?g=5>



Рис.Г. 11-13 Приклад декорування джинсів за допомогою прикарс для пірсинга та металевими оболонками від запальничок від бренду Balenciaga
<https://www.instagram.com/http.alexschenck/?g=5>



Рис.Г.14-19 Приклад створення светра технікою петчворк від бренду
 remake_by_yi https://www.instagram.com/remake_by_yi/?g=5



Рис.Г.20-21 Приклад технологічного декорування одягу за допомогою техніки петчворк поєднаною з японською традиційною вишивкою від бренду Mutsu https://www.instagram.com/mutsu_by_pf/?g=5

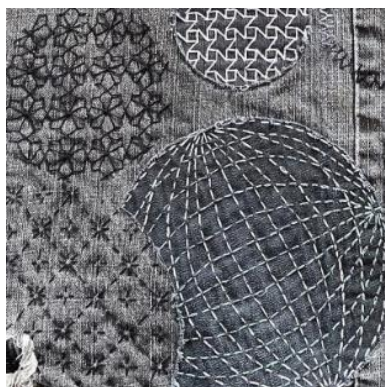




Рис.Г.22-29 Приклад декору та ремонту одягу за допомогою японської традиційної техніки Sashiko <https://www.instagram.com/yung.denim/?g=5>



Рис.Г.30-32 Приклад виварених та зістарених джинс від апсайкл бренду ECOBASICK <https://www.instagram.com/ec0basick/>



Рис.Г. 33-36 Приклад вивареного та зістареного кисету для тютюну від українського апсайкл бренду вільшанка

https://www.instagram.com/vilshanka_/?g=5



Рис.Г. 37-39 Приклад розписаного худі за допомогою листя та вітбілювача від бренду Akraam Ahammed <https://www.instagram.com/akraamaham/?g=5>



Рис.Г.40-44 Приклад поєднання декоративної вишивки мілітарі естетики та японського деніму від апсайкл бренду HIVE.MENTALITY https://www.instagram.com/_hive.mentality_/?g=5

Додаток Г. Фотографії виробів колекції «UPC73\3»





Рис.Д.1-13 Фотографії моделей колекції

Додаток Ж. Диплом учасника конкурсу «Печерські каштани»

Додаток II. Проєкт статті за результатами дослідження

АРХІВНА МОДА: ОГЛЯД КОНЦЕПЦІЙ ТА ПРАКТИЧНИХ МЕТОДІВ СТВОРЕННЯ ОДЯГУ

 Галина Кокоріна, Ростислав Пасішніченко

Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна

Анотація. Стаття присвячена аналізу феномену архівної моди як однієї з провідних парадигм сучасного дизайн-мислення. Архівна мода розглядається не лише як форма звернення до історичної спадщини, а як активний метод проєктування одягу, заснований на переосмисленні матеріальної пам'яті, повторному використанні ресурсів та критичному діалозі з культурними кодами минулого. Метою дослідження є системний огляд ключових концепцій архівної моди та узагальнення практичних методів створення одягу в межах цього підходу. Методологія ґрунтується на міждисциплінарному поєднанні історико-культурного, порівняльного та візуально-морфологічного аналізу, а також методів дизайн-дослідження, зокрема реконструкції, деконструкції та апсайклінгу. У роботі проаналізовано музейні та бренд-архіви, практики японського й бельгійського авангарду, естетику постгранджу та антигламуру, а також сучасні стратегії кастомізації й циркулярного дизайну. Окрему увагу приділено українському контексту та авторській колекції «73/3» як прикладу застосування архівності у проєктній практиці. Результати дослідження підтверджують, що архівна мода функціонує як продуктивний інструмент сучасного дизайну, поєднуючи естетичні, етичні та екологічні принципи і формуючи альтернативну модель розвитку fashion-індустрії.

Keywords: архівна мода, дизайн одягу, деконструкція, апсайклінг, постгранж.

***Corresponding Author:** Галина Кокоріна, Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, Ukraine, e-mail: galinaramasanova@gmail.com

Received:

Accepted:

Published:

1. Вступ

Упродовж останніх років архівна мода стала одним із ключових напрямів розвитку сучасного дизайн-мислення. Зміни у споживчих практиках, глобальні кризи, екологічні запити та зростання інтересу до історичності й культурної пам'яті спричинили переорієнтацію модної індустрії від швидкого, надлишкового виробництва до осмисленої роботи з уже наявними ресурсами. Архівна мода, що постає на перетині ностальгії, аналітики та ремікс-культури, виявилася дієвим інструментом переосмислення матеріального спадку й створення нових образів на основі минулого. Саме тому архівність перестає бути лише трендом – вона трансформується в метод, мову та філософію дизайну.

Зростання уваги індустрії до архівності виявляється у популяризації ремейків, реворкінгу та реконструкційних технік, що дозволяють працювати з існуючими речами як із повноцінною сировиною. Провідні марки активно повертаються до власних архівів, перевидаючи культові моделі та адаптуючи історичні конструкції до нових матеріалів і потреб. Молоді дизайнери, у свою чергу, експериментують із пошкодженими, знайденими або вторинними текстильними об'єктами, створюючи унікальні вироби з виразним слідом часу — наприклад, через печворк, деконструкцію, distressing чи zero-waste методи. Архівність стає платформою для діалогу між минулим і сучасністю, руїною та реконструкцією, особистим досвідом і глобальними наративами.

Метою цієї статті є системний огляд концепцій архівної моди та опис практичних методів створення одягу в межах цього підходу. Завданням дослідження є, по-перше,

окреслити ключові формати роботи з архівом у дизайні; по-друге, проаналізувати технології та матеріальні стратегії, що застосовуються у реворкінгу й реконструкції; і по-третє, розглянути специфіку українського контексту з акцентом на досвід студентів та молодих дизайнерів Київського національного університету технологій та дизайну. Таким чином, стаття пропонує не лише теоретичний огляд, а й практичний аналіз інструментарію, що дозволяє працювати з архівністю як із продуктивним ресурсом сучасного модного виробництва.

2. Аналіз попередніх досліджень

Архівна мода як наукове та практичне явище інтенсивно досліджується в межах культурології, fashion-studies, цифрових гуманітарних наук, а також індустріальних напрямів, пов'язаних із сталим дизайном та апсайклінгом. Загальний корпус досліджень, що стосується архівної моди, умовно розгортається у трьох векторах: архів як ресурс брендів та інституцій, вплив цифровізації та соціальних медіа на циркуляцію архівних кодів, практичні дизайн-методики. Узагальнюючи ці напрями, можна простежити, як архів перестає бути лише історичною пам'яттю, він стає плацдармом для дизайн-експерименту, підтвердженням спадкоємності і водночас інструментом сталого проектування.

Одним із ключових нових дослідницьких блоків є цифрові підходи до роботи з архівами. Так, Nicola Besana пропонує концепцію «спільне проектування з архівом» (co-designing with archive) – стратегію, що передбачає співтворчість із архівами як відкритими системами, де дизайнер виступає не споживачем історичних матеріалів, а співавтором їх нової життєдії (Besana, 2025). Victoria Rodriguez Schon доповнює такий підхід позицією деколоніального перегляду цифрових фондів, розглядаючи архів як політичний простір репрезентації, де оцифрування не тільки зберігає речі, але й переосмислює їх в соціальному сенсі (Rodriguez Schon, 2025). Концепт «рухомих, протеїнових образів моди», описаний у збірці *Protean Images of Fashion: Revaluation of Past Styles* (2016/2017), дає теоретичну опору для аналізу повторних повернень естетик минулого (Protean Images, 2017). Автори обґрунтовують, що архів є не статичним складом, а динамічною пам'яттю індустрії, де історичні стилі набувають нового функціонального життя. Такий підхід корелює з сучасними практиками брендів, які активно інтерпретують власні фонди для запуску нових ліній. Сучасні аналітичні матеріали демонструють, що архів стає економічним капіталом, який дозволяє брендам легітимізувати нові колекції через історичний код, підтримувати сталий цикл виробництва, повторно використовувати патерни та deadstock-матеріали. У цьому сенсі архів – це не музей, а фабрика повторних народжень, що відповідає поколінню Z, орієнтованому на знаковість та ностальгію (Vogue Business, 2022; Fashion Law, 2025). Таким чином, ревізія архівів не тотожна ретро-копіюванню, швидше це метод оновленого дизайну, де минуле стає матеріалом експерименту.

Другий великий блок огляду попередніх досліджень стосується теми апсайклінгу та циркулярних стратегій, без яких неможливо осмислювати архівну моду як сучасний процес. Огляд Adele Zavagno фіксує апсайклінг як повноцінну дизайн-методику зі своїм інструментарієм розбору, перезбирання і реконструкції речей (Zavagno, 2024). Ще один огляд, *Переробка та реконструкція одягу та тканин*, формує класифікацію реконструкцій – від матеріальної до концептуальної, де тканина, шви та принти стають носіями попередніх історій (The Upcycling and Reconstruction of Garments and Fabrics, 2024/2025). Загальну картину підкріплює стаття «Upcycling in Fashion and Textile», що позначає апсайклінг як інноваційний дизайн-підхід, здатний не тільки зменшувати відходи виробництва, але й формувати нову етику споживання (Upcycling in Fashion, 2023). Збірник досліджень Catalyst Report on Circular Fashion and Textiles демонструє, що циркулярність вже не є маргінальним трендом, вона стала сьогодні операційною нормою для брендів, які працюють із залишками виробництва та архівними ретроспективами. Таким чином, у межах архівної моди апсайклінг – це не тільки

техніка, але й мовлення про старе як про нове, спосіб візуалізувати історію предмету через його деконструкцію та творче переосмислення.

Корпус джерел доводить, що архівна мода не обмежується «вічним збереженням». Навпаки, такі актуальні сьогодні напрямки в моді як антигламур та дистрес технологічну недосконалість перетворюють на засіб позначення сліду часу в одязі або соціального бунту. Наприклад, Roberto Filippello фіксує феномен естетики «білого сміття», яку він сприймає в якості демонстрації навмисної неакуратності та нестриманої сексуальності, які суперечать нормам «хорошого смаку» та пристойності, виступають інструментом політичної критики модного глянцу. (Filippello, 2021). Подібні стратегії стають одним із базових виразів постгранджу, де будь які пошкодження (плями, розриви, спущені петлі) виступають носіями біографії. Публікації журналів Vogue і Vogue Business демонструють, що люксові бренди переосмислюють цю естетику, інтегруючи потертості та реконструкцію не як ознаку зносу, а як маркер автентичності (Vogue, Vogue Business, 2023) Апсайклінг тут не лише екологія, а й естетична стратегія спрямована проти глянцевого консюмеризму.

Окремий пласт досліджень стосується японської школи дизайну одягу, де архів не зберігає минуле, а фіксує експеримент як спадкоємність. Практики Comme des Garçons та Yohji Yamamoto, описані в оглядах Met Museum та Vogue, формують методологію «анти-силуету» та деконструкції, де форма народжується з розривів і пустот (Metropolitan Museum, 2017; Vogue, 2017). Мислення через недосконалість стає архівним у тому сенсі, що форма не фіксується, а повторюється по-іншому кожного разу. Issey Miyake і технологія A-POC, тобто створення одягу з єдиного шматка тканини, це найяскравіший приклад того, як архів може бути не історичним, а технологічним (рис.1). Як зазначено у дослідженні Yuji Nawata, A-POC працює як архів алгоритмів та процесів, що можна нескінченно репродукувати і змінювати (Yuji Nawata, 2017). Тут архів – не річ, а набір команд, який формує нову річ. У Junya Watanabe архівність проявляється у колабораціях, де традиційні матеріали з'єднуються із hi-tech-текстилем. Таке поєднання створює майбутнє з матеріалів минулого, що прямо збігається з актуальними європейськими тенденціями сталої моди.

Бельгійський авангард – один із найпослідовніших носіїв архівної логіки. Аналітичні матеріали Vogue та ResearchGate (2018–2024) демонструють, що Margiela створює архів не речей, а жестів: зняття підкладок, демонстрація швів, реконструкція етикеток – це пам'ять як метод дизайну, а не як музейна консервація. Ann Demeulemeester, натомість, працює з архівом поетично, як з образом інтерпретації чорного, світла і порожнечі. Dries Van Noten підкреслює, що робота з архівом – це синтез візерунків, пам'яті, повторних тканинних кодів, де принт стає способом документування історії. Таким чином, бельгійська школа демонструє архів не як минуле, а як естетику незавершеності (рис.2,3).



Рис. 1. Інсталяція Іссея Міяке, Фудзівара Дай, A-POC Queen Textile 1997 (Issey Miyake. n.d.).



Рис. 2. Моделі Мартіна Марджелі, 2006 («Deconstruction and reconstruction in the works of Martin Margiela», 2019)



Рис. 3. Моделі Рафа Сімонса пі девізом «Бунт! Бунт! Бунт!», 2001 (MoMu – Fashion Museum Antwerp, n.d.)

Певна частина досліджень фіксує взаємодію архівів із мас-кастомізацією, ресемплінгом і створенням капсульного мерчу. Уже класична робота Lee et al. (2000) формує базову модель прийняття мас-кастомізації [Lee, 2000]. Новіші дослідження, як-от Lagoda (2021), демонструють, що кастомізація стала одним із механізмів особистої архівації, коли користувач вбудовує свій наратив у готову річ. Для архівної моди це означає, що річ перестає бути завершеною, вона продовжується в руках носія. Актуальні огляди Business of Fashion (2025) підтверджують, що «видобуток архіву» («mining the archives») сьогодні сває провідною стратегією ринку. Вона поєднує апсайклінг, персоналізацію, цифровий мерч, NFT-версії речей, утворюючи модель «рухомого архіву», коли архів не лежить у фондах, а мігрує між носіями у формі об'єкта, принта, AR-фільтра або цифрової копії. Таким чином, сучасні дослідження фіксують зсув від консервації до креативної репродукції, від стабільного архіву до живого, експериментального, де антигламур, апсайклінг, японський авангард і бельгійський деконструктивізм формують практичну методологію проектування одягу у форматі «архів».

3. Методи

Наукові методи, застосовні при дослідженні феномену архівної моди, ґрунтуються на міждисциплінарному підході. Насамперед використовується історико-культурний аналіз, що дає змогу простежити трансформацію моди у зв'язку з соціальними змінами та ностальгійними трендами. Порівняльний аналіз дозволяє зіставити архівні практики різних брендів і дизайнерів, виявляючи спільні принципи роботи зі спадщиною. Важливими є також візуально-морфологічний аналіз силуетів, матеріалів і конструкцій, контент-аналіз медіа та маркетингових стратегій, а також практичні методи дизайн-дослідження, що включають реконструкцію, реплікацію та експеримент з формою. Таке поєднання методів забезпечує комплексне розуміння феномену.

4. Основні результати

4.1. Огляд форматів архівної моди в сучасній культурі та дизайні

Архівна мода давно функціонує в контексті музейних колекцій і виставок як механізм збереження історичної пам'яті одягу. В останні роки вона набуває нового значення як джерело натхнення для сучасних дизайнерів і колекціонерів. Музейні фонди, такі як ресурси типу European Fashion Heritage, що стандартизують прийоми документування та опису одягу, створюють інфраструктуру для доступного і колективного використання архівів у дослідженнях і дизайні (European Fashion Heritage, n.d.). Ще один важливий формат – це оцифрування колекцій. За допомогою 3D-сканування, цифрового моделювання і збереження метаданих колись «мертві» предмети одягу набувають нового життя, стаючи доступними для ретроспектив, рестайлінгу або навіть 3D-друку. Це переформатовує архів в ресурс для майбутнього, тобто не лише як музейну пам'ять, а як матеріал для творчості й відтворення. Таким чином, музейні архіви сьогодні – не анклав минулого, а платформа, що забезпечує зв'язок поколінь, культур і дизайнерських практик.

Відмітимо також, що архіви стали стратегічним активом для багатьох модних брендів. Власні колекції, історичні каталоги, зняті з виробництва моделі – все це перетворюється на джерело для перевипусків, капсульних колекцій та ремейків. Такий підхід не лише зміцнює брендове «коріння», а й дозволяє легітимізувати нові колекції через спадковість і смислову глибину (The Fashion Law, 2025; Vogue Business, 2022). Використання архівів бренду виступає сьогодні не лише в якості комерційної стратегії. Це також спосіб продовжити життєвий цикл речей, зменшити надвиробництво, зберегти важливі для бренду силуети та деталі. Такий

підхід співвідноситься з ідеями циркулярної моди: замість створення «з нуля» – реінтерпретація вже існуючого, перевипуск із врахуванням сучасного контексту. У подібних обставинах «старі» бренди стають бібліотеками ідей, де архів – це не пилосбірник, а активний творчий майданчик.

В ролі активних носіїв досвіду архівної моди сьогодні виступають інфлюенсери, які забезпечують новий канал комунікації з розвитком соціальних медіа. Через платформу Instagram, TikTok та інші, вінтажні знахідки та речі, перетворені в техніці апсайклінг, виходять із вузьких кіл колекціонерів у масовий простір. Дослідження доводять, що інфлюенсери виступають як промоутери архівного стилю, поширюючи тренди, які переплітають минуле і сучасність (ResearchGate — Instagram Influencers, 2020s; Israfilzade, 2024). Для покоління, орієнтованого на швидку моду, але водночас чутливого до ідей sustainability і унікальності, архівна мода через інфлюенсерів стає привабливою саме як альтернатива масовому виробництву. Це створює культурну платформу, де архівні речі сприймається не як музейний артефакт, а в якості повсякденного об'єкту, що має історію. Тобто, інфлюенсери стають медіаторами між архівом і сучасним споживачем, оживляючи минуле в контексті щоденного стилю.

Поряд з терміном «архів» останнім часом використовується вираз «протеїнова мода». Концепція «протеїнової моди» описує здатність одягу змінювати форму, значення та контекст, трансформуючись відповідно до нових потреб, естетичних запитів і культурних умов. У дослідженнях, представлених у книзі «Protean Images of Fashion: Revaluation of Past Styles in New Settings», архів постає як динамічний банк стилістичних ідей, з якого можна безкінечно черпати, модифікувати, реміксувати (Protean Images, 2016/2017). Відповідно до такого підходу архів оцінюється не як застигла спадщина, а як живий ресурс, що дає свободу для перетворень. Дизайнери можуть звертатися до минулого, не копіюючи його, а створюючи нове на основі старого: змінювати силует, матеріал, функцію, додаючи сучасні технології або контекст. Протеїнова мода демонструє, як історичні коди одягу стають платформою для інновацій. Цей підхід часто поєднується з практиками апсайклінгу, ремейку, деконструкції і утворює широку палітру можливостей для сучасного дизайну, де минуле стає матеріалом для творчості, а не лише об'єктом історичної ностальгії. У контексті української моди протеїновий підхід набуває власних рис, пов'язаних із переосмисленням національної спадщини. Наприклад, Ksenia Schnaider використовує техніку «демі-деніму» – поєднання фрагментів вінтажних джинсів у нових конструкціях (рис.4). Це не лише ресайклінг, а й акт культурної реінтерпретації: архів масової культури 1990-х (як частина пострадянського досвіду) перетворюється на артикульований сучасний дизайн (Voloshchuk, 2019). Інший приклад – бренд RCR Khomenko, в межах якого Ярослава Хоменко досліджувала феномен секонд-хенду в Україні. З початком російсько-української війни у 2022 році дизайнерка ініціювала «Проект гуманітарної допомоги» – колекцію світшотів із зіпсованих текстильних предметів: спортивної уніформи, зношених футболок та інших речей, отриманих від таких організацій як Промприлад, MetaLab, Framiore та Центру освітніх інновацій (Shakh, 2024). Під час перебування за кордоном авторка запропонувала українським біженцям і місцевим жителям принести одяг, який вони вже не використовують. І цей проєкт став не тільки певним дизайнерським досвідом, але й перетворився для всіх учасників в справжню арттерапію. Результат – створення артоб'єктів, які мають власну історію (рис. 5).

Важливо підкреслити, що архівна мода сьогодні є органічною складовою загальної тенденції сталості в галузі текстильного та швейного виробництва (Sustainable Fashion). Переробка матеріалів, ресайклінг, повторне використання «мертвого запасу» («deadstock») і архівних тканин, ресейл – усе це наближує індустрію до циркулярності. Апсайклінг, як показують дослідження, не лише зменшує відходи, а й створює нову естетику, у якій недосконалість, старість, ознаки зношеності стають частиною цінності (Upcycling in Fashion, 2023; Zavagno, 2024). Цифровізація архівів, 3D-сканування та репозиторії роблять можливим перезапуск моделей без фізичного виробництва з нуля, і це також стає способом зменшити

вплив на довкілля й зберегти ресурси. За допомогою таких технологій одяг стає довговічнішим, багаторазовим, адаптованим до нового контексту часу. Крім того, бренди, переробляючи власні колекції або запроваджуючи resale/deadstock-програми, демонструють, що архівна мода - це не тільки ностальгія, а відповідальна стратегія розвитку індустрії (Business of Fashion, 2025; Vogue Business, 2023). Тому архівна мода в контексті сталості – це не вузький нішевий тренд, а частина змін у глобальній системі виробництва, споживання та переоцінки цінностей у fashion-індустрії.



Рис. 4. Моделі Ксенії Шнайдер (Voloshchuk, 2019).



Рис. 5. Світшоти Ярослави Хоменко (Shakh, 2024).

Таким чином, формати архівної моди, які умовно можна виділити як «музейні архіви», «брендова спадщина», «інфлюенсерський код», «протеїнова мода» та «сталий дизайн / апсайклінг», сьогодні переплітаються й взаємодіють. Архів перестає бути лише фондом минулого, він стає активним ресурсом для створення нових сенсів, стилістичних експериментів і відповідального виробництва. Цей багатовекторний підхід ідентифікує архівну моду як одну з ключових парадигм сучасного fashion-дизайну: гнучку, критичну, часом провокативну, часто екологічну, але завжди живу й переосмислену у контексті сьогодення.

4.2 Комплексний аналіз практичних підходів проєктування сучасного одягу формату «архів»

Архівна мода як практичний напрям дизайну поєднує кілька взаємопов'язаних підходів: від навмисної «незавершеності» предмета до технологічного переосмислення матеріалу і патерну. Вибір конкретних підходів пов'язаний з певною метою, яку ставить перед собою дизайнер, створюючи певну колекцію. У цьому підрозділі ми аналізуємо ключові практики: від постгранджу та антигламуру до специфіки японської та бельгійської шкіл, творчості Рафа Сімонса, трансформації мілітарі та ролі кастомізації і мерчу. Саме ці практики відповідають атмосфері пошуку нових концепцій модного дизайну, в якій значна частина молодих українських дизайнерів сьогодні окреслюють межі нової естетики актуального одягу (рис. 6,7).

Постграндж і антигламур (англ. post-grunge, anti-glam, distressed/trash style) – це сьогодні кілька суміжних, але різних естетичних явищ, які об'єднує відмова від «полірованого» вигляду й успішна робота з «неідеальністю» одягу. Постграндж ревіталізує елементи 1990-х (фланелі, потерті джинси, багатошаровість, «сонний» силует), але часто синтезує їх із сучасними технічними рішеннями. Антигламур/«треш-естетика» навмисно

експлуатує епатаж, невідполірованість, конфліктну фактуру й поєднання несумісних елементів, іноді як соціальний коментар проти масової споживацької краси. Обидві хвилі тісно пов'язані зі зростанням ролі вінтажу, апсайклінгу та second-hand культури, тобто фактично архівні речі й «сміттєві» матеріали перетворюються на стратегічний ресурс дизайну (Vogue Business, 2023).



Рис. 6. Моделі Марії Рєви, 2014
(Platfor.ma., 2017)



Рис. 7. Моделі Ірини Джус, 2014
(Platfor.ma., 2017)



Формування колекцій у стилі post-grunge та anti-glam передбачає роботу з матеріальними та візуальними кодами «зношеності», «помилки», «деформації» як естетичних категорій. Дизайнери не приховують процес старіння речі, а навпаки, перетворюють його на творчий інструмент. Технологічна робота з текстилем у межах цих напрямів спрямована на симуляцію або підсилення ефектів часу, відновлення архівних артефактів і створення нових форм через деконструкцію та апсайклінг. Постграндж та антигламур – це не лише естетичні напрями, а методології роботи з матеріалом, що перетворюють сліди часу на семантичну складову виробу. Практики distressing (навмисне стирання, прорізи, плями) і печворк дозволяють дизайнерам транслювати «біографію» речі: пошкодження стають елементом композиції й ідентичності (Filippello, 2021). Апсайклінг у цьому контексті працює як техніка: дизайнер розбирає старі речі, комбінуючи деталі так, щоб зламати очікувану «чисту» форму й створити виріб з ознаками часу (Upcycling in Fashion, 2023; Zavagno, 2024). У практиці luxury-сегменту такі прийоми часто кодифікуються у вигляді «автентичності» – марки використовують сліди зношення як маркер історії, що підвищує цінність виробу у сприйнятті покупця (Vogue, 2023). На освітньому рівні ці техніки інтегруються в навчальні проєкти як спосіб навчити студентів працювати з обмеженими ресурсами й трансформувати об'єкт у нову художню одиницю.

Важливим джерелом архівної практики є японська традиція деконструкції та експерименту з формою. Японські дизайнери запропонували Заходу формати моди, які містять багато традиційних східних філософських ідей та дзен-принципів. Один з них – це вабі-сабі, концепція, яка зосереджена на красі недосконалості, мінливості та простоти. Вабі-сабі закликає бачити красу в об'єктах, які є зістареними та унікально недосконалими. Недостатня, мінлива і неповна краса вабі-сабі закликає людей вести скромний спосіб життя, зменшувати тривогу і триматися подалі від світського світу (Jiao, 2023). Рей Кавакубо і Йоджі Ямамото, наприклад, використовують розриви, асиметрію та «необробленість» як засоби формоутворення: одяг у цих випадках – це не просто носій образу, а скульптура, що змінюється під час носіння (Metropolitan Museum, 2017; Vogue, 2017). Іссей Міяке запропонував власну революційну систему дизайну та виробництва одягу, коли весь одяг

попередньо вплітається в єдиний шматок тканини, мінімізуючи відходи та створюючи унікальний, цілісний дизайн. Він назвав цю систему «шматок тканини» (A Piece Of Cloth, скорочено A-POC), і вона демонструє архів як алгоритм виробництва, як технологію, що породжує серії варіантів з одного «архетипу» тканини, де історія вбудована в процес, а не в окремий артефакт (Issey Miyake Official; ResearchGate — A-POC, 2021). Друга важлива риса японського дизайну одягу - це колаборативність. Джунія Ватанабе, зокрема, залучає ремісників та індустріальних партнерів для перетворення традиційних технік у сучасні форми. Його підхід до проектування – це печворк-інженерія, де комбінація різних фактур створює нову систему функціональності. Технічно це реалізується через розробку прототипів у співпраці з виробниками: створюються експериментальні партії тканин та композитні структури з різними шарами, і тоді старі речі «реміксуються» не тільки візуально, а й технологічно, шляхом доповнення новими матеріалами чи обробками. Це дає можливість використовувати архіви як джерело матеріалів і технологій для інновацій.

З великою повагою архівісти сприймають групу бельгійських дизайнерів, відому як «Антверпенська шістка» (Енн Демельмейстер, Дірк Біккембергс, Дріс Ван Нотен, Вальтер Ван Бейрендонк, Марина Йі та Дірк Ван Сасн), а також Мартіна Маржелу – засновника культового модного дому Maison Margiela. Бельгійська школа розглядає архів як репетицію жестів: розкриття підкладок, демонстрація швів, робота з недосконалістю стали фірмовими прийомами. Маржела, зокрема, трактує архів як набір процедур деконструкції, де акт «розбирання» формує нові смисли і естетику анонімності (Vogue, 2020; ResearchGate — Deconstruction, 2019). Ann Demeulemeester підходить до архіву як до джерела поетичних форм, а Van Noten — як до банку візерунків і принтів, які перезапускаються в нових контекстах (MoMu, 2022). Бельгійський підхід захищає практику «пам'яті жесту», коли архівні елементи стають частинами нових композицій з сильним емоційним навантаженням.

Особливе значення в контексті даного дослідження має творчість ще одного бельгійського дизайнера – Рафа Сімонса. Свій лейбл Сімонс запусти у 1995 році як дизайнер чоловічого одягу, чий стиль натхненний бунтарством, молодіжними субкультурами та іншими формами протестної діяльності. Одним з найбільш відомих прикладів його дизайну демонструє американський репер A\$AP Rocky, якого часто можна побачити в архівному одязі бренду Raf Simons. Захоплення A\$AP Rocky дизайнером було розширено через пісню RAF, де багато з його найбільш знакових дизайнів можна знайти у музичному відео. Одним із об'єктів-символів архівної моди та архівного суспільства є бомбер з колекції Рафа Сімонса 2001 року. Дизайнер працює з архівом як із культурним маркером покоління: його перевипуски, ретроспективні капсули та колаборації демонструють, як архівна річ може бути «перезапущена» без втрати концептуальної цілісності (Vogue, 2020). Сімонс часто використовує текстильні архіви, тестуючи межу між модою та мистецтвом, перетворюючи артефакти на носії культурних наративів.

Розглядаючи моду як віддзеркалення змін у культурі, суспільстві та історії, важко знайти вплив більш значущий, ніж воєнні події. За останні сто років військова форма і стиль мілітарі поступово проникли у повсякденну моду, трансформувались із утилітарного одягу у культові елементи гардероба. Бомбери, штани карго, тренчі та речі з камуфляжним принтом зайняли своє місце у сучасному модному лексиконі. Однією з головних причин, чому мілітарі одяг залишається актуальним, є його функціональність. Однак, крім практичності, мілітарі-естетика зберігається завдяки своєму культурному та символічному значенню. Британський дизайнер Крістофер Рейберн, наприклад, пропонує концептуальний камуфляж, який є алюзією на візерункам, що використовувалися на військових кораблях 1920-х років. А його «розумні речі» (штани та куртки), нагадують офіцерський одяг, який можна було регулювати блискавками на кнопками (рис. 8). В умовах російсько-української війни воєнна тематика займає особливе місце у візуальній культурі сучасності. Військовий одяг несе ауру сили та витривалості, а в моді ці риси часто використовують для свідомої чи підсвідомої проєкції впевненості та влади. Сучасні українські дизайнери часто використовують артефакти

військового одягу як матеріали для ремейків та апсайклінгу, модифікуючи їх функцію та естетику. В липні 2024 року в рамках Тижня моди в Берліні український бренд PLNGNS (Palingenesy) представив свою колекцію весна/літо 2025 (рис. 9). Символічна назва бренду: слово «палінгенез» найчастіше застосовується в біології і означає повторне народження або відродження, в контексті актуального дизайну термін набуває філософсько-поетичного значення і є алюзією на тему відродження душі та нації. Ведучий дизайнер бренду Мітя Гонтаренко продемонстрував, як можна архів старого одягу та взуття перетворюється на «сировину» для створення нових силуетів та образів в мілітарному стилі («PLNGNS SS25 at Berlin Fashion Week», 2024).



Рис. 8. Моделі одягу та доповнень Крістофера Рейбена (Raeburn, n.d.)



Рис. 9. Моделі бренду PLNGNS («PLNGNS SS25 at Berlin Fashion Week», 2024)

Кастомізація (mass customization) та мерчінг – ще один важливий пласт архівної практики. Масова кастомізація дозволяє інтегрувати архівні елементи в персоналізовані продукти, перетворюючи «спадщину» на індивідуальний досвід споживача (Lee et al., 2000; Lagoda, 2021). Повторне виготовлення (re-issue) капсули, рестайлінг логотипів, мерч на основі архівних принтів – це способи зробити архів «рухомим», коли він мігрує від фондів до вулиці, до цифрових платформ і до споживача. Сучасні кейси також включають NFT-версії архівних образів, що додає ще один шар цифрової реінкарнації спадщини (Business of Fashion, 2025; The Fashion Law, 2025).

Відводячи підсумок короткому огляду практичних підходів архівної моди, можна зазначити, що вона поєднує естетичну роботу з недосконалістю (постграндж, антигламур), технологічні інновації (A-POC, 3D-сканування), концептуальні стратегії деконструкції (бельгійська школа), а також комерційні і соціальні моделі (перевипуски, кастомізація, інфлюенсерські практики). Архів у цих практиках функціонує як матеріал, процес і наратив одночасно, що робить його продуктивним інструментом для сучасного проєктування одягу.

4.3. Розробка авторської концепції колекції одягу у форматі «архів»

Авторська колекція «73/3» була розроблена в рамках магістерської кваліфікаційної роботи студентом Кафедри мистецтва та дизайну костюма Київського національного університету технологій та дизайну Ростиславом Пасішніченко та отримала призове місце на XXV Міжнародному конкурсі молодих дизайнерів «Печерські Каштани» (Київ, 2025 р.). Вона орієнтована на переосмислення можливостей повторного використання текстилю, базується на принципах свідомого споживання та апсайклінгу (рис. 10, 11).

Концепт колекції вписується у парадигму архівної моди, де зношеність, фізична недосконалість, дефект та зміна фактури сприймаються не як недолік, а як носій сенсу, пам'яті

та часу. Назва «73/3» є частиною особистої біографії (це номер дому в рідному місті, де автор починав шити) і, одночасно, метафорою співвідношення досвіду, матеріальності та процесу трансформації, де старе змінюється і стає новим. Колекція не відтворює моду архівів у ретроспективному ключі, вона використовує архівність як метод, розглядаючи її як форму продовження життя речі та як засіб критики споживацької одноразовості. Фундаментом проєкту є робота з секонд-хенд речами, що пройшли шлях побутового використання, втрати комерційної вартості, але водночас отримали потенціал культурного переосмислення. Через дизайнерські інтервенції, деконструкцію, додаткове фарбування, механічне старіння та ручні техніки шиття, відновлені об'єкти стали новими смисловими одиницями.



Рис. 10. Моделі чоловічого одягу з колекції Ростислава Пасішніченко «73/3», 2025

Колекція спирається на естетику та дизайнерські підходи Й. Ямамото, М. Маржелли та Р. Саймона, авторів, що працюють із матеріалом як зі «слідом часу» та розглядають тканину не як ресурс, а як об'єкт пам'яті. Їхній підхід, з характерними стратегіями деконструкції, відкритих швів, оголених процесів пошиття, природного старіння кольору, став основою формотворення одягу та доповнень в колекції «73/3». Візуальний код колекції апелює до робочого одягу 1980–1990-х років (в стилі американських брендів Carhartt, Dickies), антивоєнної графіки британської дизайнерки Кетрін Гемнетт та естетики постгранджу, стилю, що відстоює антигламурний, «пошкоджений» вигляд речі. Важливим елементом є рукотворність – сашико-стібки, ручні латки, залишені потертості, необроблені краї тканини, пірсинг-техніки. Дефект тут не приховується, він стає композиційною домінантою. Кольорова гама – стримана, темна, з домінуванням чорного, графітового, сіро-зеленого, вона формує відчуття архівності, зношеності та витриманості у часі. Випадкові сліди фабричних відтінків або плям вибудовують нову декоративність, де естетика не нав'язується, а виникає природно.

Колекція складається з блоку головних уборів, чотирьох блоків одягу та блоку сумок. В таблиці 1 представлені елементи концепції дизайну та особливості технологічних рішень. Кожний виріб у колекції є тактильно-аналітичним об'єктом, у якому матеріал говорить про час. Тут функціональність співіснує з мистецьким жестом, а експлуатаційний ресурс речі не приховується, а експонується. Колекція формує альтернативну модель існування моди, де споживання не означає використання, а означає перетворення та продовження життя предмета. Принцип «використовуйте все – зрозумійте, як» є не просто дизайнерським гаслом, а етичним твердженням, що протиставляється системі швидкої моди. «73/3» доводить, що архівність може бути не лише ретроспективною, але й інноваційною, коли минуле стає матеріалом для майбутнього.

Одним із ключових напрямів розробки стала робота з текстурами, що містять ознаки зношеності, старіння, побутового використання. Для формування фактурної поверхні застосовано методи штучної деструкції – механічне протирання, абразивна обробка, фрагментарне фарбування та відбілювання. Практична реалізація проєкту колекції включало роботу над такими предметами як куртки-бомбери, штани, кепки та сумки. Вибір саме цих елементів пов'язаний із культурним кодом архівної моди: вони мають утилітарну історію використання, були притаманні різним епохам та субкультурам, і сьогодні функціонують як впізнавані носії ідентичності. Куртки-бомбери та штани, зокрема, виконані за принципами гібридного крою з елементами виготовлення одягу з «нульовими відходами» (zero-waste).

Таблиця 1. Узагальнений опис дизайну та технологічних особливостей виготовлення колекції

Блок	Види виробів	Концепція дизайну	Особливості технології
Головні убори	капелюхи, шапки, кепки	пластичність, трансформація	багат шаровість, регулювання форми, асиметрія
Жіночі образи (одяг)	сукні, жакети, спідниці	м'якість, деконструкція	стрічкові елементи, сітка, корсетні акценти
Теплий блок (чоловічий одяг)	бомбери, куртки, карго	об'ємний силует, «важкість»	петчворк, камуфляж, багатокишеньковість
Повсякденний (чоловічий одяг)	лонгсліви, джинси, светри	практичність, артефактність	сашико, розрізи, латки, необроблені краї
Класика(чоловічий одяг)	костюми, сорочки	репліка традицій, відсутність прямого ретро цитування	порушення пропорцій, пірсинг-декор
Сумки	шопери, рюкзаки, хіп-сумки	багатофункціональність	трансформування об'єму, ремінні системи

В процесі виготовлення одягу та доповнень використано раціональне розміщення лекал, що мінімізувало текстильні залишки, наближаючи виробництво до сталого циклу. У конструкцію інтегровано деконструктивні шви, асиметрію та функціональні вставки, що підсилюють ефект архівності.



Рис.11. Доповнення з колекції Ростислава Пасішніченко «73/3», 2025

Методологічною підставою стали практики інтеграції цифрового моделювання з ручними технологіями, які дозволяють комбінувати точність форми та експериментальність

поверхні. Кепки були розроблені з використанням фрагментів текстилю після первинної розкрою. Форма базувалася на модифікованих класичних лекалах, але частина панелей була виконана з матеріалів, що пройшли процес штучного старіння. Комбінація фрагментів із різним ступенем зношеності дозволила сформувати композицію, в якій кожен елемент проявляє свою історичність – шви, потертості, деформації виступають як декоративні засоби. Сумки створені з надлишкових сегментів тканини після пошиття верхнього одягу. Принцип конструкції zero-waste дозволив включити обрізки крою у функціональні блоки. Частина виготовлених сумок подібна до моделей slingbag своїм принципом носіння на спині через одне плече за допомогою її фіксації стропами. Елементи трансформації та наявність кишень надає їм надзвичайної зручності в різних умовах експлуатації, в тому числі і в екстремальних.

5. Висновки

Проведене дослідження дозволило сформувати комплексне уявлення про феномен архівної моди як одного з провідних напрямів сучасного дизайн-мислення. Аналіз теоретичних джерел, практик відомих модних будинків та авторських дизайнерських методів дає змогу стверджувати, що архівність перестала бути лише історико-музейною категорією і трансформувалася у повноцінну дизайн-парадигму, засновану на роботі з пам'яттю матеріалу, переосмисленням історичних кодів та відновленням цінності зношеного й недосконалого. Розгляд музейних архівів, виставкових програм та цифрових репозитаріїв показав, що архів сьогодні є не стільки статичним фондом, скільки живою екосистемою, здатною генерувати нові форми дизайну та задавати напрями творчого пошуку. Практики Comme des Garçons, Yohji Yamamoto, Maison Margiela, Raf Simons та інших бельгійських брендів, а також сучасних українських дизайнерів доводять, що архівна мода функціонує як інструмент реконструкції пам'яті – іноді через діалог з минулим, іноді через конфлікт із ним.

Застосовані у практичній частині проєкту методи підтвердили, що тактильна історичність тканин може бути сконструйованою, контрольованою і технологічно вивіреною. Використання технік деструкції, штучного старіння та апсайклінгу, дозволило отримати матеріали з індивідуальною фактурою, які не просто імітують архівність, а транслюють її тактильно й візуально. Конструктивні рішення (zero-waste, комбінований крій, реконструкція фрагментів) довели можливість поєднання етичних та естетичних принципів у виробництві. Архівність як цінність пам'яті матеріалу природно поєднується зі сталим підходом до текстилю. Особливу увагу в роботі приділено українському контексту. Українські молоді дизайнери, студенти й випускники КНУТД та інших освітніх установ, демонструють активний рух у бік архівного мислення: розвиток DIY-практик (Do It Yourself - «зроби сам»), робота з переосмисленням мілітарі-спадщини, створення одягу з патинованих та знайдених матеріалів, зростання інтересу до апсайклінгу та реконструкції. Це свідчить про те, що архівність у вітчизняній моді є не лише стилем, а формою культурної рефлексії на історичні та соціальні події. Підсумовуючи, можна стверджувати, що архівна мода є не лише естетикою «минулого», а механізмом його активного переосмислення. Вона формує нове розуміння дизайну як процесу діалогу між історією і сучасністю, технологіями і ремеслом, матеріалом і пам'яттю.

References

- Ann Demeulemeester: The poetry of clothing. (2018). *Dazed Digital*. <https://www.dazeddigital.com>
- Besana, N. (2025). Co-designing with the archive: A new way of interacting with contemporary fashion archives. *European Journal of Cultural Management and Policy*. <https://doi.org/10.3389/ejcmp.2025.14013>
- Business of Fashion. (2025). *How mining the archives became fashion's go-to strategy*. <https://www.businessoffashion.com/articles/retail/why-brands-are-releasing-vintage-capsules-and-reissues/>
- Christopher Raeburn. (n.d.). *Instagram profile*. <https://www.instagram.com/christopher.raeburn/>
- Deconstruction and reconstruction in the works of Martin Margiela. (2019). *ResearchGate*. <https://www.researchgate.net>

- Filippello, R. (2021). *White trash: Gestures and profanations in the visual economy of fashion*. Taylor & Francis.
https://www.researchgate.net/publication/351631802_WHITE_TRASH_GESTURES_AND_PROFANATIONS_IN_THE_VISUAL_ECONOMY_OF_FASHION
- European Fashion Heritage. (n.d.). *About European Fashion Heritage*. <https://fashionheritage.eu/>
- Israfilzade, K. (2024). Friends, brands, and influencers: Unpacking the role of social media marketing in sustainable fashion adoption. *Global Journal of Economics, Finance and Research*.
<https://www.researchgate.net>
- Issey Miyake. (n.d.). *Concepts and technologies (Pleats, A-POC)*. <https://mds.isseymiyake.com/im/en/>
- Lagoda, O. M. (2021). Mass customization of clothes as a concept. *Journal of Art & Design*.
<https://jrn.knutd.edu.ua/index.php/artdes/article/view/849>
- Lee, S.-E., Kunz, G. I., Fiore, A. M., & Campbell, J. R. (2000). Acceptance of mass customization of apparel. *Clothing and Textiles Research Journal*, 18(2), 59–67.
<https://doi.org/10.1177/0887302X0202000302>
- Manfredi, C. (2024). How fashion brands use their archives to preserve identity. *L'Officiel USA*.
<https://www.lofficielusa.com>
- Metropolitan Museum of Art. (2017). *Rei Kawakubo/Comme des Garçons: Art of the in-between*.
<https://www.metmuseum.org/exhibitions/listings/2017/rei-kawakubo>
- MoMu – Fashion Museum Antwerp. (n.d.). *Raf Simons: Collection stories*.
<https://www.momu.be/en/collection-stories/raf-simons-2?lang=en>
- Platfor.ma. (2017). *Рідна мода: 20 років Fashion в Україні*. <https://www.platfor.ma/specials/ufw/>
- PLNGNS SS25 at Berlin Fashion Week. (2024). *Fashionweek.ua*. <http://fashionweek.ua/news/plngns-ss25-at-berlin-fashion-week/>
- Protean images of fashion: Revaluation of past styles in new settings. (2017). In *Theorizing Images*. Humanities Commons. <https://works.hcommons.org>
- Reddit. (n.d.). *Designer 101: Christopher Raeburn*.
https://www.reddit.com/r/malefashionadvice/comments/24zq50/designer_101_christopher_raeburn/
- Rodriguez Schon, V. (2025). Experiencing digital fashion archives through a decolonial lens. *European Journal of Cultural Management and Policy*. <https://doi.org/10.3389/ejcmp.2025.14563>
- Shakh, K. (2024). *Історії з клаптиків: мистецька взаємодітримка*. <https://zbruc.eu/node/120566>
- Shulikina, M. (n.d.). *Темний лорд: що Йоджі Ямамото зробив для світу моди*. *Vogue Ukraine*.
<https://vogue.ua/article/fashion/persona/temnyy-lord-vse-chto-nuzhno-znat-o-yodzhi-yamamoto-29293.html>
- The Fashion Law. (2025). *The workings of and use case for a fashion brand's archive*.
<https://www.thefashionlaw.com>
- The role of Instagram influencers as a source of fashion information. (2020s). *ResearchGate*.
<https://www.researchgate.net>
- The upcycling and reconstruction of garments and fabrics. (2025). *ResearchGate*.
https://www.researchgate.net/publication/358154167_The_Upcycling_and_Reconstruction_of_Garments_and_Fabrics
- Uti, T. (2025). The lifecycle of a social media beauty trend: A case study. *Cogent Social Sciences*.
<https://www.tandfonline.com>
- Vogue Business. (2022). *The fight for the fashion archive: Brands, collectors and Gen Z face off*.
<https://www.voguebusiness.com>
- Vogue Business. (2023). *Fashion's archives are on the blockchain and being made into NFTs*.
<https://www.voguebusiness.com>
- Voloshchuk, V. (2019). «Здавалося, що мене ненавиділи за цю модель»: Як про українські джинси заговорив увесь світ. <https://donttakefake.com/ksenia-schnaider-kak-ob-ukrainskih-dzhinsah-zagovoril-ves-mir/>
- Zavagno, A. (2024). *Upcycling as a design strategy to innovate fashion processes* (Master's thesis, Politecnico di Milano). <https://www.politesi.polimi.it>
- «Рідна мода: 20 років Fashion в Україні», n.d.