

**ВІННИЦЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ МИХАЙЛА КОЦЮБІНСЬКОГО**

Факультет філології й журналістики імені Михайла Стельмаха
Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**МОДА НА УКРАЇНСЬКУ МОДУ: ОСОБЛИВОСТІ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ
УКРАЇНСЬКОГО СТИЛЮ В МЕДІА**

Студентки II курсу 2ЖМ групи
Освітньої програми *Журналістика*
Галузі знань *06 Журналістика*
Спеціальності *061 Журналістика*
Ступеня вищої освіти *магістра*
Коновалюк Анастасії Володимирівни

Науковий керівник: **Гальчак С.Д.**,
професор, доктор історичних наук

Розширена шкала

Кількість балів: _____ Оцінка ECTS _____

Голова Екзаменаційної комісії: _____
(підпис) (прізвище та ініціали)

Члени Екзаменаційної комісії: _____
(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Коновалюк А.В. Мода на українську моду: особливості популяризації українського стилю в медіа: Спеціальність 061 Журналістика; Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського, Вінниця, 2024.

У кваліфікаційній роботі з'ясовується становлення та розвиток фешн-журналістики та її роль в медіапросторі. Встановлюється специфіка текстів про моду в українських ЗМІ та звертається увага на історичний розвиток фешн-журналів в Україні. Розглядається популяризація патріотичних принтів в одязі в масмедіа, особливо з початком повномасштабної російсько-української війни в українських медіа «UaModna», «Суспільне. Культура», «РБК-Україна», «Ukrainian fashion», блозі «Modoslav», на радіо «Свобода». Досліджуються особливості медіаконтенту, пов'язаного з модою на вишиванку, та вивчається специфіка висвітлення світових модних брендів, що використовують елементи української вишивки. Аналізується специфіка висвітлення у ЗМІ українського стилю одягу медійних осіб, зірок естради та кінематографу.

Ключові слова: мода, фешн-журналістика, український стиль, медіа, стиль, бренд.

ANNOTATION

Konovaliuk A.V. Fashion for Ukrainian fashion: peculiarities of popularisation of Ukrainian style in the media: Specialty 061 Journalism; Vinnytsia Mykhailo Kotsiubynskyi State Pedagogical University, Vinnytsia, 2024.

The qualification work examines the formation and development of fashion journalism and its role in the media space. The specifics of texts about fashion in the Ukrainian media are established and attention is paid to the historical development of fashion magazines in Ukraine. The author examines the popularization of patriotic prints in clothing in the media, especially with the

beginning of the full-scale Russian-Ukrainian war in the Ukrainian media «UaModna», «Suspilne. Culture», «RBC-Ukraine», «Ukrainian fashion», the blog of fashion historian Myroslav Melnyk, and on Radio «Svoboda». The features of the media content related to the fashion for embroidery are investigated, and the specifics of the coverage of global fashion brands that use elements of Ukrainian embroidery are studied. The specifics of media coverage of the Ukrainian style of clothing of media personalities, pop stars and cinema stars are analyzed.

Keywords: fashion, fashion journalism, Ukrainian style, media, style, brand.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. Теоретичні засади фешн-журналістики	9
1.1. Становлення та розвиток фешн-журналістики.....	9
1.2. Специфіка текстів про моду в українських ЗМІ.....	23
РОЗДІЛ 2. Український стиль в медіапросторі	41
2.1. Популяризація патріотичних принтів в одязі в масмедіа.....	41
2.2. Мода на вишиванку: особливості медіаконтенту.....	51
2.3. Український стиль одягу знаменитостей: висвітлення у ЗМІ.....	61
ВИСНОВКИ	71
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	74

ВСТУП

Актуальність дослідження. Популярність патріотичних мотивів у моді виникає через потребу в національній самоідентифікації, особливо в часи війни та загрози незалежності країни. Одяг з патріотичною символікою слугує потужним способом виразити свою приналежність до нації, підтримку її боротьби та готовність захищати культурні та етнічні цінності. При цьому носіння одягу з патріотичними принтами виходить за межі моди і стає символом єдності, опору та сили. Одяг з українською символікою також може слугувати інструментом привернення уваги до України на міжнародній арені. Це спосіб донести до інших народів і країн важливість підтримки нашої країни в її боротьбі за свободу за допомогою візуальних символів, які легко впізнаються і мають глобальний резонанс. Український стиль в одязі зарубіжних дизайнерів може бути частиною інформаційної кампанії, спрямованої на посилення світової підтримки.

Медіатексти про українську моду виконують не лише естетично-розважальну функцію. Вони є частиною важливої соціокультурної комунікації, адже мода не тільки визначає вибір одягу чи інтер'єру, а й впливає на спосіб мислення, ставлення до себе та інших, ідентифікацію людини в соціумі. Багато аспектів моди мають символічне значення, відображаючи соціальний статус, політичні переконання, національність чи культурні цінності. Це робить вивчення теми українського стилю в моді в сучасних ЗМІ актуальним, адже вона є важливим культурним феноменом, який відображає та формує тенденції сучасного світу.

Мета дослідження – проаналізувати специфіку популяризації українського стилю в медіа.

Завдання нашої роботи:

- з'ясувати становлення та розвиток фешн-журналістики;
- встановити специфіку текстів про моду в українських ЗМІ;
- розглянути популяризацію патріотичних принтів в одязі в масмедіа;

- дослідити особливості медіаконтенту, пов'язаного з модою на вишиванку;
- проаналізувати специфіку висвітлення у ЗМІ українського стилю одягу знаменитостей.

Об'єкт дослідження – українські медіа «UaModna», «Суспільне. Культура», «РБК-Україна», «Ukrainian fashion», блог «Modoslav», радіо «Свобода».

Предмет дослідження – український стиль одягу та його популяризація в медіа.

Методи дослідження. У роботі використано такі методи: метод системного аналізу – для вивчення теоретичних основ фешн-журналістики; узагальнення – для з'ясування загальної тенденції розвитку українських медіа про моду; описовий метод – для інтерпретації українського стилю в сучасному одязі в медіа «UaModna», «Суспільне. Культура», «РБК-Україна», «Ukrainian fashion», блозі історика моди Мирослава Мельника, на радіо «Свобода». А також ми застосовували аналіз, синтез та узагальнення наукових джерел, спеціалізованої літератури та публікацій з питань моди на український стиль.

Джерела дослідження. Різні аспекти історії української фешн-журналістики вивчали Х. Астапцева, В. Венгерська, О. Корнієнко, М. Костельна, Н. Маковецька, М. Мамич, Д. Мандзюк, М. Павлюх, В. Передирій, Л. Цимбала та ін. Моду в українській культурі досліджували С. Бець, М. Гавриш, Ж. Денисюк, С. Долеско, Т. Іванчо, А. Кікоть, О. Козарь, Г. Кокоріна, Г. Панков, М. Лосєва, І. Паніна, В. Парчевська, О. Цимбалюк, Н. Чупріна, А. Щербань та ін. Специфіку фешн-текстів та моду в українських медіа розглядали В. Гандзюк, Н. Драган-Іванець, А. Кондрико, С. Колосова, М. Мельник, І. Мойсеєнко, Д. Підлуцька, О. Підлуцький, О. Пода, С. Радецька, М. Садівнича, А. Селєзньова, Е. Хадирова, Н. Хома та ін.

Наукова новизна кваліфікаційної роботи полягає в дослідженні популяризації українського стилю в сучасній моді в засобах масової

інформації та аналізі модних тенденцій одягу, пов'язаних з українською символікою та вишивкою в таких медіа, як «UaModna», «Суспільне. Культура», «РБК-Україна», «Ukrainian fashion», блозі історика моди Мирослава Мельника, на радіо «Свобода».

Теоретичне та практичне значення одержаних результатів. Одержані результати можуть бути використані для проведення наукових досліджень з питань фешн-журналістики, під час вивчення навчальних дисциплін «Історія журналістики», «Проблематика ЗМІ», «Журналістський фах», «Нові медіа», «Інтернет-журналістика», а також для написання студентських наукових робіт.

Апробація результатів кваліфікаційної роботи. Результати нашого дослідження були представлені під час виступів на 4-х **міжнародних науково-практичних конференціях:**

1. IV Міжнародна науково-практична конференція «Scientific research: modern challenges and future prospects» (Мюнхен, Німеччина, 18-20 листопада 2024 р.).
2. I Міжнародна науково-практична конференція «Future of science: innovations and perspectives» (Стокгольм, Швеція, 25-27 листопада 2024 р.).
3. II Міжнародна науково-практична конференція «Актуальні проблеми філологічних, лінгводидактичних і соціальнокомунікаційних досліджень» (Херсон, 28-29 листопада 2024 р.).
4. XII Міжнародна науково-практична конференція «European congress of scientific achievement» (Барселона, Іспанія, 2-4 грудня 2024 р.).

Публікації. За темою кваліфікаційної роботи опубліковано 3 наукові статті:

1. Коновалюк А. Популяризація в масмедіа патріотичних мотивів в одязі. *The IV th International scientific and practical conference*

«*Scientific research: modern challenges and future prospects*» (November 18-20, 2024, Munich, Germany). Munich : MDPC Publishing. 2024. С. 422-428.

2. Коновалюк А. Мода на вишиванку: особливості медіаконтенту. *The I th International scientific and practical conference «Future of science: innovations and perspectives»* (November 25-27, 2024, Stockholm, Sweden). Stockholm : SSPG Publish, 2024. С. 568-574.
3. Коновалюк А. Український стиль одягу медійних осіб: висвітлення у ЗМІ. *The XII th International scientific and practical conference «European congress of scientific achievement»* (December 2-4, 2024, Barcelona, Spain). Barcelona : MDPC Publishing. 2024.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, що містять 5 підрозділів, висновків та списку використаної літератури (62 джерела). Загальний обсяг роботи – 81 сторінка, основний текст викладений на 73 сторінках.

9. Гандзюк В.О. Корпоративна періодика як новий сегмент на сучасному українському медіаринку. *Журналістика. Філологія. Медіаосвіта : збірник наукових праць*. Полтава, 2014. С. 25-29.
10. Горбань Л., Кондрико А. Особливості фотографічних ілюстрацій на шпальтах фешн-видань. *Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі : Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Запоріжжя, 9-10 квітня 2020 р.) / редкол.: В.Л. Погребна, В.М. Попович, Н.В. Островська, Т.О. Серга та ін.* Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2020. С. 149-154.
11. Давидова О., Хадирова Е. Лінгвістичні особливості фешн-текстів. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія : Філологічна*. 2013. Вип. 37. С. 102-103.
12. Денисюк Ж. Постфольклор комунікативних інтернет-практик у функціонуванні аксіосфери суспільства : дис. ... д-ра культ.: 26.00.01 «Теорія та історія культури». Київ : НАКККіМ, 2018. 454 с.
13. Долеско С. Мистецтвознавчий трансфер української народної сорочки в XXI століття: глобалізація та ідентичність. *Український мистецтвознавчий дискурс*. 2022. Вип. 3. С. 23-30.
14. Драган-Іванець Н., Чуревич В. Соціокультурні особливості текстів про моду в українських ЗМІ. *Вісник Харківської державної академії культури*. 2020. Вип. 57. С. 60-69.
15. Жуган В. Прикольний митець чи батько нації – як Шевченко перетворюється на поп-ідола. URL : <https://www.radiosvoboda.org/a/28360624.html>. (дата звернення: 11.09.2024).
16. Журнал Forbes включив бренд Ruslan Baginskiy до списку найперспективніших. *Ukrainian Fashion Week*. 22 травня 2018. URL : <https://cutt.ly/Vj0uydE>. (дата звернення : 12.09.2024).
17. Заблоцька О. На червоній доріжці Венеційського кінофестивалю влаштували мистецьку акцію про українських полонених. URL :

- <https://suspilne.media/culture/828703-na-cervonij-dorizci-venecijskogo-kinofestivalu-vlastovali-mistecku-akciu-pro-ukrainskih-polonenih/>. (дата звернення: 12.10.2024).
18. Калюжна С. «Французи були шоковані»: дизайнерка Олеся Теліженко про реакцію на українські вишиванки. URL : <https://suspilne.media/cherkasy/820221-francuzi-buli-sokovani-dizajnerka-olesa-telizenko-pro-reakciu-na-ukrainski-visivanki/>. (дата звернення: 11.10.2024).
 19. Кікоть А., Щербань А., Панков Г. Модний костюм під час російського вторгнення в Україну. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2024. Т. 48. С. 355-361.
 20. Ковальчук О. У Житомирі відкрили виставку традиційного та осучасненого національного вбрання «Український СВІТОуСТРІЙ». URL : <https://suspilne.media/zhytomyr/874159-u-zitomiri-vidkrili-vistavku-tradicijnogo-ta-osucasnenogo-nacionalnogo-vbranna-ukrainskij-svitoustrij/>. (дата звернення: 12.10.2024).
 21. Козарь О., Іванчо Т., Майборода І., Гавриш М. Дослідження національного стилю в українському костюмі. *Освіта і наука: міжнародний науковий журнал*. 2019. Вип. 2(27). Ч. 2. С. 12-21.
 22. Кокоріна Г. Мода. Енциклопедія сучасної України. 2019. URL : <https://esu.com.ua/article-69559>. (дата звернення: 12.09.2024).
 23. Копитко В. Символ патріотизму. Історик розповів, як вишиванка увійшла у повсякденну моду українців. URL : <https://www.rbc.ua/rus/styler/istorik-rozpoviv-kiy-pismennik-zaprovadiv-1716220130.html>. (дата звернення: 10.10.2024).
 24. Корнієнко О. Виховуючи смак: дискурс про моду в радянському суспільстві. *Гілея: науковий вісник*. 2014. Вип. 135. С. 59-63.
 25. Корнієнко О. Періодика УРСР 1950-1980-х рр. як інструмент впливу на моду та повсякденне життя. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія : Історія України*.

Українознавство: історичні та філософські науки. 2018. Вип. 27. С. 77-88.

26. Корнієнко О. Феномен моди: державна політика та повсякденне життя в Українській РСР (1956-1985 рр.): дис. ... канд. іст. н.: 07.00.01 – історія України. Київ, 2020. 384 с.
27. Костельна М. Національні мотиви у декорі костюмів у творчості М. Токар (на прикладі діяльності Львівського будинку моделей). *Народознавчі зошити*. 2013. № 6 (114). С. 1145-1149.
28. Лавренюк О. Цифрова мода в історичному та соціокультурному дискурсах. *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка / [редактори-упорядники М. Пантюк, А. Душний, В. Ільницький, І. Зимомря]*. Дрогобич : Видавничий дім «Гельветика», 2023. Вип. 64. Том 1. С. 168-175.
29. Леонова Т. «Те, що ви одягаєте сьогодні, – наша з вами історія»: про українські бренди, які працюють з етнотематикою. URL : <https://suspilne.media/culture/507142-te-so-vi-odagaete-sogodni-nasa-z-vami-istoria-pro-ukrainski-brendi-aki-pracuut-z-etnotematikou/>. (дата звернення: 11.09.2024).
30. Лосєва М. Теорія моди. Концепції та практики. Харків : Талант, 2023. 176 с.
31. Мамич М. Мотиваційна та маніпулятивна інтенція медіатекстів підконтенту «огляд моди» в журналі «Жінка». *Записки з українського мовознавства*. 2016. Вип. 23. С. 228-238.
32. Мандзюк Д. Перший в Україні журнал мод почав виходити 170 років тому. *Газета по-українськи*. 2010. № 961. URL : <http://gazeta.ua/articles/history-newspaper/322746>. (дата звернення: 11.09.2024).

33. Мельник М. Фешн-журналістика в епоху інтернет-медій. *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*. 2017. Вип. 42. С. 261-266.
34. Мойсеєнко І. Вербальні та невербальні засоби впливу в медійних текстах фешн-тематики. *Закарпатські філологічні студії*. 2024. Вип. 33. Т. 2. С. 134-138.
35. Павлюх М. «Dziennik myd paryskich» – перший польський жіночий часопис Львова (1840-1848). *Наукові записки Інституту журналістики*. 2015. Т. 59. С. 73-80.
36. Павлюх М. Політична проблематика становлення української держави на шпальтах «Нової хати» – журналу культури та моди. *Політикус: науковий журнал*. 2021. № 3. С. 137-140.
37. Паніна І., Парчевська В. Індустрія моди в публічній дипломатії України та Республіки Польща: порівняльний аналіз. URL : <http://regionalstudies.uzhnu.uz.ua/archive/24/22.pdf>. (дата звернення : 13.09.2024).
38. Передирій В. Галицька періодика для жінок: становлення, розвиток, проблематика (1853-1939). *Збірник праць науково-дослідного центру періодики*. 1995. Вип. 2. С. 45-64.
39. Підлуцька Д., Підлуцький О. Журналістські матеріали на тему моди в спеціалізованих інтернет-виданнях. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2015. Т. 58. С. 168-173.
40. Пода О. Розвиток типологічної парадигми гендерно маркованих журналів в Україні. *Психолінгвістика : науковий журнал*. 2008. Т. 2. С. 197-206.
41. Радецька С., Колосова С. Переклад термінології індустрії моди в текстах публіцистичного стилю. *Наукові записки Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя. Серія: Філологічні науки*. 2017. Кн. 1. С. 206-209.

42. Садівнича М. Адаптація контенту франчайзингових журналів для жінок до потреб українського медіаринку (на прикладі «Cosmopolitan Україна»). *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*. 2021. IX(48), I. С. 81-84.
43. Севрук О. Світ моди як підтримка для України. URL : <https://uamodna.com/articles/svit-mody-yak-pidtrymka-dlya-ukrayiny/>. (дата звернення: 21.10.2024).
44. Селезньова А. Сучасні тенденції розвитку fashion-ілюстрації в Україні. *Вісник КНУКіМ. Серія: Мистецтвознавство*. 2020. Вип. 43. С. 17-26.
45. Сич М. «Я ніколи не думала, що приїду сюди як злиденна біженка»: українська модельєрка готується до показу у Парижі. URL : <https://www.radiosvoboda.org/a/bizhenka-ukrayinska-modelyerka-olga-sakhno-pokaz-u-paryzhi/32598092.html>. (дата звернення: 12.10.2024).
46. Стеценко С. Вишиванки, які носить родина Зеленського, борщ і розповіді про війну. Як у Чехії українці розвивають бізнес? URL : <https://www.radiosvoboda.org/a/vyshyvanky-yaki-nosyt-rodyna-zelenskoho-borshch-i-rozpovidi-pro-viynu-yak-u-chekhiyi-ukrayintsi-rozvuwayut-biznes/32667671.html>. (дата звернення: 19.10.2024).
47. Хома Н. Патріотична мода чи мода на патріотизм: одяг як спосіб самоідентифікації. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія : Історія. Політологія*. 2015. Вип. 12. С. 322-329.
48. Цимбала Л. Мода в українських жіночих часописах Північної Америки 50-х – 60-х років ХХ ст. : феномен «вишиваних вечорниць». *Art and Design*. 2023. №3 (23). С. 177-191.
49. Цимбала Л. Національні традиції у дизайні костюму: аспекти методики мистецтвознавчого аналізу. *Вісник Львівської національної академії мистецтв*. 2019. Вип. 39. С. 170-180.
50. Цимбалюк О. Європейськість сучасної української моди. *Мистецтвознавство : збірник наукових праць*. Львів, 2008. С. 129-140.

51. Цимбалюк О. Норми та аномалії моди періоду «розвиненого» соціалізму. *Наукові записки ВДПУ імені Михайла Коцюбинського. Серія : Історія*. 2020. Вип. 32. С. 82-91.
52. Цимбалюк О., Маковецька Н. Україна Становлення і розвиток журналів мод в Західній Україні (2-ї пол. XIX – 1-ї третини XX ст.). *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*. 2011. №7. С. 30-35.
53. Чупріна Н. Сегментація суб'єктів індустрії моди як учасників модного процесу. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Технічні науки*. 2015. № 2. С. 73-80.
54. Чупріна Н., Захарчук Є. Трансформація та синтез художньо-композиційних елементів етнічного стилю при формуванні проектного образу в індустрії моди. *Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури*. 2017. Вип. 39. С. 164-175.
55. Якимів Х. Heyday Ukraine Brand. *UA Modna*. 7 липня 2014. URL : <https://uamodna.com/interview/heyday-ukraine-brand/>. (дата звернення : 11.09.2024).
56. Amed I. The Business of Blogging. *The Sartorialist*. URL : <http://www.businessoffashion.com/articles/business-blogging/the-business-of-blogging-the-sartorialist>. (дата звернення: 12.09.2024).
57. Blumer H. Fashion: From Class Differentiation to Collective Selection. *The Sociological Quarterly*. 1969. Vol. 10. No. 3. P. 275-291.
58. Boyd K. Multimedia Analysis of the Diversification of Fashion Journalism. *Senior Honors Theses*. URL : <http://commons.emich.edu/honors/471>. (дата звернення: 12.09.2024).
59. Everything You Need to Know About Fashion Journalism URL : <http://surl.li/ienni>. (дата звернення: 30.08.2024).
60. Fury A. The pastlives on. This season's trip back to the future. URL : <http://system-magazine.com/issue7/the-past-lives-on/>. (дата звернення : 18.09.2024).

61. Global Fashion Capitals: The Rise of Kiev [the blog by Stephan Rabimov].
URL: <https://cutt.ly/mc1x62x>. (дата звернення : 12.09.2024).
62. Jakobsen M. Semiotics. Fashion. Cognition. 2008. URL :
<http://www.mtproductions.dk/mathias/artikler/fashionSemioticsAndCognition.pdf>. (дата звернення: 10.09.2024).