

УДК 7.012:7.074:
7.091(043.5)

DOI:10.30857/2617-
0272.2023.3.10.

КВАСНИЦЯ Р. Б.

Національний університет «Львівська політехніка», Львів, Україна

ПРЕЗЕНТАЦІЇ МОДИ В ПРОСТОРИ ВОЄННИХ РУЙНУВАНЬ: ЕТИКА ТА ЕСТЕТИКА ПАРАДОКСАЛЬНОСТІ

Мета: провести аналіз презентації модних колекцій у воєнні часи відносно етичних та естетичних норм.

Методологія. У дослідженні використано теоретичні загальнонаукові методи аналізу та синтезу, класифікації, методи синхронного та діахронного аналізів. Дослідження базується на гетеротопологічному методі, а саме – використанні специфічної соціальної функції гетеротопології, тобто способів взаємодії візуальності та простору в презентації модних колекцій у місці, що протиставляє різні простори, які здаються несумісними один з одним.

Результати. Визначено, що парадокс, який полягає у презентації моди у зруйнованому війною просторі, з точки зору парадоксальної інтенції, може бути ефективним методом трансформації негативного сприйняття в позитивне. Встановлено, що врахування етичних норм є пріоритетними при створенні візуальних образів в презентації модних колекцій в часи воєнних руйнувань. З'ясовано, що естетика відіграє важливу роль для маркетингових функцій і домінуючу для психологічних. Визначено чинники впливу на психологічне сприйняття суспільством fashion-фотографій у воєнний час. Виявлено соціально-психологічні механізми впливу та проведено диференціацію за основними критеріями, які є визначальними в регламентації етичної сторони презентації моди.

Наукова новизна. Проведено дослідження стосовно визначення етичних та естетичних норм презентації модних колекцій в часи воєнних руйнувань у контексті парадоксальності.

Практична значущість. Результати дослідження можуть бути застосовані на практиці в процесі представлення модних колекцій українських брендів у часі війни та повоєнний період, а також можуть знайти відображення у лекційних та практичних курсах з дисциплін «Дизайн реклами» та «Теорія комунікацій в масовій культурі».

Ключові слова: презентація модної колекції; простір; парадокс; гетеротопологія; fashion-фотографія; війна.

Вступ. Після закінчення військових конфліктів країна стикається з масовими руйнуваннями, занепадом економіки, гуманітарною кризою тощо. Екстремальна ситуація, в якій опиняється держава, призводить до стресу та травм, до психологічної кризи не лише окремих груп населення, а й усіх громадян країни. Як засвідчує досвід постраждалих від війни держав, відродження є багатовекторним, багатоетапним і тривалим процесом.

Одним з важливих факторів відбудови держави та подолання гуманітарної кризи є створення оптимально комфортного, життєствердного дизайну середовища, в якому людина почуватиме себе щасливою. Ще одним вагомим фактором є мода. Як соціально-психологічний і культурний феномен, мода впливає на всі сфери людської

діяльності. Одяг у воєнний час стає дуже символічним. Він набирає сакрального змісту (взяти найцінніші речі в ситуації еміграції); відображає емоції (мода на патріотичний одяг, на стиль «мілітарі»); стає етнічною ідентифікацією і самоідентифікацією. Психологічний аспект в даному контексті стає пріоритетним. Красивий образ, нова річ чи аксесуар здатні завадити депресії. Через купівлю реалізуються бажання. Ми купуємо емоційні асоціації зі світом, які модний дизайнер декларує. Надання імпульсу та мотивації для мрій є ключовими чинниками у створенні таких емоційних асоціацій.

Особистісна витривалість відіграє ключову роль, щодо здатності людини успішно протистояти стресовим ситуаціям. Є численні наукові дослідження та публікації щодо поняття «життєстійкості». Основою

положником цього терміну є Сюзанна Кобаса (Suzanne C. Kobasa) [8]. Американський психолог Сальваторе Мадді (Salvatore R. Maddi) продовжив дослідження цієї концепції. У своїх працях він стверджує, що витривалість і стратегії сприяють стійкості під час стресу. Також Мадді трактує витривалість як узагальнений спосіб функціонування, включаючи когнітивні, емоційні та поведінкові якості. Цей стиль функціонування впливає на те, як людина сприймає себе і взаємодіє з навколишнім світом [7]. У цьому контексті ми розглядаємо презентацію моди та дизайн простору як фактори, що впливають на трансформацію стресових обставин у можливості особистісного та міжособистісного зростання в деструктивних умовах кризової ситуації, а саме в умовах війни.

Аналіз попередніх досліджень.

Феномен моди вчені завжди розглядали в рамках таких дисциплін, як: філософія, історія та теорія мистецтва, естетика, культурологія, соціологія та інші. Свої погляди на моду висловлювали мислителі різних епох і філософських напрямків. Серед вітчизняних науковців подіумну моду як культурний феномен розглядали Л. Ткаченко, Л. Дихнич, Ю. Легенький, М. Мельник, О. Лагода. Дизайн простору для презентації модних колекцій досліджено в праці Р.Б. Квасниці. Fashion-фотографію вивчали С. Глорія, Б. Ньюголл, А. Давенпорт та інші. Існують достатньо розгорнуті дослідження, які орієнтовані на висвітлення впливу Другої світової війни на моду. Цю тематику розглядали Р. Арнольд, Б. Байд, К. Горрар, Д. Самерс та інші.

В есе Ребекки Арнольд «Мода в руїнах: фотографія, розкіш і занедбаність у Лондоні 1940-х років» досліджується, як руйнування часів війни відобразилися у fashion-фотографії. Авторка відзначає, що фотосесія моделей от-кутюр на тлі руїн понівеченого бомбами Лондона, набуває іншого змісту, а жіночність стає проблематизованою [2].

Те, як працювала модна індустрія в Лондоні повоєнного періоду присвячена

наукова праця Б. Байда. Автор надає глибокий аналіз соціальних, економічних і політичних умов повоєнного періоду в Британії. Бетан Байд в підсумку свого дослідження стверджує, що жорстка економія була рушійною силою динамічних процесів і змін в модній індустрії, зокрема у способах виробництва та продажу жіночої моди прет-а-порте. У дисертації показано, як період суворої економії та реакція британців на нього сформували траєкторію розвитку Лондона до кінця ХХ століття як міста моди [4].

У дослідженні Клер Горрара розглядається представлення Визволення Франції у військових звітах фотографа та кореспондента американського та британського Лі Міллер для журналу «VOGUE» під час Другої світової війни [6]. Фронтіві репортажі Міллера описували «Визволення Франції» в ідеалізованих образах жіночої краси й елегантності, використовуючи моду як основний канал для розуміння війни й окупації для читачів на внутрішньому фронті. Спеціального наукового дослідження за цією тематикою в українському мистецтвознавчому дискурсі немає. Тому узагальнення дослідницького досвіду в обраному напрямку та підкреслення важливості проблеми в сучасному суспільстві постає актуальним завданням.

Постановка завдання. Завданням статі є визначення етичних та естетичних норм в презентації модних колекцій в часи воєнних руйнувань у контексті парадоксальності.

Результати дослідження та їх обговорення. Дослідження базується на гетеротопологічному методі, який бере свій початок у філософії Мішеля Фуко. Запропонований Фуко метод підходу та концептуалізації просторового виміру соціального світу не втратив своєї актуальності й у наш час. А саме, використання специфічної соціальної функції гетеротопології, тобто способу взаємодії візуальності та простору в презентації модних колекцій, як місця, яке має силу протиставляти різні простори, які здаються несумісними один з одним. Оскільки візуальні образи і, як

наслідок, зорове сприйняття все більше впливають на життя сучасного суспільства, вони відіграють ключову роль у сучасних тенденціях дизайну. За словами Бредлі Квіна, «Гетеротопії як фон для моди повинні створювати відчуття реальності, яке приваблює глядача на міські пустки, мешканці які врятували свій одяг, але не світ, у якому вони живуть» [10].

Початок 1990-х рр. відзначений в історії крахом суспільного ладу, економічною рецесією та війнами на Балканах і Близькому Сході, розвалом Радянського Союзу. Потенціал гетеротопій розкривають перші презентації модних колекцій Мартіна Маржеля (Martin Margiela), сповнені просторових і соціальних знаків [1]. Мартін Маржела – бельгійський модельєр, художник, перформер і засновник французького будинку моди класу «Люкс» «Maison Margiela». Концепція Маржеля полягає у тому, що він проводить паралель між зношеним чи непотрібним одягом і занедбаними районами міста, руїнами, які порівнює з «зоною бойових дій» чи «пусткою». На короткий період під час презентації колекції М. Маржеля надає іншого значення окремим просторам у Парижі. Для прикладу розглянемо кілька показів.

В 1989 р. презентаційним простором для дефіле «Martin Margiela» став дитячий майданчик в одному з районів Парижа. Замість професійних моделей на цьому показі були звичайні перехожі, друзі та знайомі, а під час шоу продовжували бігати діти [10]. Відомий американський фотограф та критик Білл Каннінгем підготував фоторепортаж з цього показу для журналу «Details». Широкі плани, ситуативність, випадкові люди в кадрі, незвичні ракурси моделей з акцентом саме на антураж вирізняє цю fashion-фотосесію на тлі інших. У жовтні 1989 року Маржела влаштував показ на пустій ділянці в Парижі, пізніше у величезному складському приміщенні в промисловій зоні, в 1990 проводить дефіле на покинутій ділянці для паркування авто [9]. Таким чином, використовуючи моду,

Маржела створював нову ідентичність як для просторів, так і для одягу. Простір моди, традиційно асоційований з класом «Люкс», набував нового значення, оскільки дефіле відбувалися в повсякденному середовищі, яскраво підкреслюючи суперечність смислів і цінностей.

Іншим прикладом демонстрації потенціалу гетеротопій є дисонанс між концепцією презентації колекції «Défilé» та архітектурним простором величної споруди Гран-Пале в стилі Боз-ар. У 2014 р. креативним директором «Maison Martin Margiela» став Джон Гальяно, зберігаючи закладені цінності ДНК бренду. На показі колекції «Défilé» Джона Гальяно весна/літо 2020 р. під час Паризького тижня моди були представлені моделі в стилі уніформи для медсестер, армії, флоту та авіації Першої та Другої світових воєн [5]. Драматургія ходи моделі Леона Дейма в фіналі дефіле зробила шоу вірусною сенсацією Інтернету. Сценографія цього шоу мала політичні відтінки і була транслятором певних змістів. Отже, хоча існуючий простір може пережити своє первісне призначення та соціальні параметри, які визначають його форми, функції та структури, в будь-який час він може набути нового життя і для того не обов'язково змінювати збережені в ньому компоненти.

В останні десятиліття спостерігається тенденція фотографувати модні колекції в антуражі міських руїн, як свого роду спроба надати цьому простору новий сенс. Проте, ця тенденція наповнена глибоким ідейним змістом. Руїни, пов'язані з промисловими районами та житловими масивами, як правило, є результатом невдалого архітектурного планування, відсутності належного догляду за спорудами тощо [10]. Для модних дизайнерів та фотографів їхня форма, фактура та колір є привабливим фоном для фотосесій. Але руїни, спричинені війною, викликають зовсім інші емоції, і фотографії на такому фоні набуватимуть зовсім іншого змісту та значення. Бо зрозуміло, що вони виникли не внаслідок поступового руйну-

вання будівлі, а внаслідок бомбардувань та жорстоких військових інтервенцій.

Для прикладу розглянемо чотири фотографії 2022 року, в центрі яких знаходиться модель у вечірній червоній сукні. Ці фотографії об'єднують такі фактори: час знімання; простір; освітлення; колірний контраст між суб'єктом та фоном; тон, текстура та контраст. Однак, відмінність полягає у концепції задуму та чинниках впливу на соціально-психологічні механізми соціуму. На рис. 1 представлена комерційна рекламна фотографія. Зображена модель, яка репрезентує сукню ізраїльського бренду «Saleh Zini» під час Тижня моди в Мілані FW 2022/2023. Фото на рис. 2 відібрано з інтернет мережі фотоблогу «ODubovaya» і є рекламою фотографа, який проводить фотосесії для приватних замовлень. Зроблено на фоні руїн м. Перге в Туреччині. На рис. 3 реклама весільної сукні бренду «Dovita» із використанням ефекту «боке» (ефект м'якого розфокусованого фону руїн) для зосередження уваги на моделі. На рис. 4 в центрі кадру знаходиться молода дівчина в червоній вечірній сукні в середовищі зруйнованої бомбардуванням школи в м. Харкові під час воєнних дій в Україні 2022 року. В інтерв'ю BBC World News вона прокоментувала, що фотографія описує ситуацію в країні, демонструє контраст між красою і жахом реалій. «Ми радше хотіли привернути увагу до ситуації в Україні», – сказала Валерія, пояснюючи ідею фотосесії [3].

В Україні, країні де триває війна, фотосесії на фоні зруйнованих місць викликають суперечливі рефлексії. Образ зруйнованого простору є передусім символом небезпеки, страху, втрати та людської трагедії. Концепція fashion-фотосесії в середовищі руїн для психологічного сприйняття та правильного трактування її суспільством має в такій ситуації принципове значення. Локація стала причиною критики в соціальних мережах fashion-фотосесії 2022 року українського бренду «Mon Blanche», яка проходила посеред руїн Центрального будинку

культури в місті Ірпінь під час війни в Україні. Представники бренду відреагували на обурення публічним вибаченням в [Instagram-stories](#) «Mon Blanche».

Для глибшого розуміння етичної та естетичної сторони питання fashion-фотосесій та дефіле на фоні руїн у воєнний період було проведено аналіз публікацій та фотографій у модних журналах часу Другої світової війни.

У Франції ще до 1940 року відбувались сезонні дефіле. Однак в часі війни це стало неможливим. Франція відновила своє домінування в моді лише у 1947 році, коли Крістіан Діор представив модну колекцію в Парижі в стилі «New Look». В цей час більш впливовими стали британські та американські дизайнери. Для прикладу розглянемо фотосесію воєнного періоду відомого британського фотографа Сесіла Бітона для британського журналу «[Vogue](#)» у 1941 році, підписану «*Мода незнищенна*» («*Fashion is indestructible*»). На фото в зруйнованому просторі міста модель Елізабет Коуелл в костюмі британського дизайнера «Digby Morton». В центрі композиції спиною до камери стоїть жінка і дивиться на руїни. Вона в капелюшку та рукавичках, в елегантному, проте зношеному костюмі [2] (рис. 5).

Іншим прикладом є повоєнна фотосесія 1948 року британської кінозірки Сьюзан Шоу, яка з усмішкою на обличчі демонструє британську версію «New Look», позуючи в пальто «Windsmoor» посеред руїн собору Святого Павла (рис. 6).

У фотографуванні використано ефект «боке». Найбільш яскраво виражений світлотіньовий контраст у композиції акцентує саме на міміці моделі, на її посмішці, що підсилює емоційний смисл фото. Період між закінченням війни в 1945 р. і загальними виборами 1951 р. у Великобританії, класифікований в історії як період жорстокої економії. Зміни, спричинені Другою світовою війною, дуже сильно вплинули на лондонську моду з глибокими та довготривалими наслідками [4]. Ці зображення говорять про те, що життя

жінок триває, але вони не можуть бути байдужими до навколишнього світу та не змінюватися разом з ним. Фотографії того часу підкреслюють контрасти між розкішшю та злиденністю, ескапізмом та жіночими бажаннями бути красивою, демонструючи безпосередній вплив війни на міське середовище і мешканців. До війни fashion-журнали рекламували нові тенденції. Під час війни здебільшого пропагують носити однакові речі на різні випадки життя,

доповнюючи їх при необхідності аксесуарами. Аналіз матеріалів того періоду продемонстрував, що більшість модних фото мають репортажний характер. До основних засобів надання фотосесії характеру репортажу можна віднести: використання природного середовища; імітація повсякденного життя; вибір місця та антуражу; ситуативність; широкі плани; незвичні ракурси; природне позування моделі та природна міміка; випадкові люди в кадрі.



Рис. 1. Рекламна fashion-фотографія ізраїльського бренду «Saleh Zini», Міланський тиждень моди, FW 2022, Мілан, Італія [12]



Рис. 2. Приватна фотосесія на руїнах стародавнього міста, м. Перге, Туреччина, 2022 р. Фотоблог «ODubovaya» [13]



Рис. 3 Рекламна fashion-фотографія весільної сукні бренду «Dovita» 2022 р., Мілан, Італія [14]



Рис. 4. Приватна фотосесія випускниці посеред руїн розбомбленої школи. червень 2022 р., м. Харків, Україна [15]



Рис. 5. Fashion-фотографія «Fashion is indestructible» для журналу «Vogue» фотографа Сесіла Бітона. червень 1941р. Лондон, Великобританія [16].



Рис. 6. Британська кінозірка Сьюзан Шоу в пальто бренду «Windsmoor» серед руїн собору Святого Павла. Журнал «Film and Fashion Outlook», жовтень 1948 р. Лондон, Великобританія [17]

Важливими засобами побудови образного рішення в кадрі fashion-фотографії є положення в просторі, рух тіла, жест та міміка моделі; розставлення колірних та тональних акцентів в композиції. Було виявлено, що візуальні ефекти з точки зору макета сторінки в журналах воєнного періоду, композиції (вибору та обрізання фотографій), заголовки та підписи фотографій, зіставлення з іншими зображеннями на сторінці, використання шрифтів, кольорова гама є ефективними засобами створення дизайну реклами модного бренду, однак перш за все вони є носіями повідомлень про війну, демонструють перетин зв'язків етичних та естетичних, між красою та війною. В них відображається певна ситуація, в якій прихований глибокий підтекст. Fashion-фотосесії та презентації в часи військових дій підіймають безліч питань. Зокрема, питання норми як елементу етичної свідомості, моральних цінностей тощо. Оскільки, презентації модних колекцій є формою масової комунікації, які тісно пов'язані з

основними соціально-психологічними механізмами впливу, було проведено диференціацію за такими основними критеріями: за змістом (соціальні, політичні, комерційні); за характером (оригінальні, традиційні, концептуальні); за вагомністю (суттєві, несуттєві); за часом (своєчасні, несвоєчасні); за відповідністю (доречні, недоречні); за емоційністю (життєствердні, згубні тощо); за трактуванням прекрасного (естетичні, неестетичні). Ці критерії будуть визначальними в нормуванні етичної сторони презентації моди в кризові часи. Естетичні цінності можуть змінюватись за формою в залежності від концепції, ідеї, стилю модної колекції, але не за змістом.

Підсумовуючи, доцільно розглянути представлення моди через призму «парадоксальної інтенції». Парадоксальна інтенція – психотерапевтична методика, розроблена австрійським психологом та філософом Віктором Франклом у 1927 році. Метод полягає у тому, що людина, яка страждає від страху (фобії), повинна зробити те, чого вона найбільше боїться [12]. Таким чином,

проведення модних фотосесій посеред руїн (джерела страху) – створення свого роду провокативної ситуації для подолання тривожних емоцій. З цієї точки зору такі презентації створюють трансформацію стресових обставин у можливості особистісного та міжособистісного зростання в деструктивних умовах кризової ситуації. Щоб знизити негативне ставлення суспільства на презентацію моди в журналах і соціальних мережах, важливо за допомогою основних образотворчих і композиційних засобів спрямувати увагу людини на позитивні емоції, що є головним в життєдіяльності здорової людини.

Презентації колекцій українських дизайнерів на різних подіумах світу в часі війни є одним з дієвих способів впливу на світову громадську обізнаність, спрямований на широке розповсюдження, привернення уваги ЗМІ та набуття подальшого суспільного резонансу. Сценографія таких показів транслює рефлексії дизайнера на події. Мають важливе значення насамперед для дизайнера з психологічної точки зору концепції «життєстійкості» (як індивідуума, як творчої особистості, як патріота своєї країни) і всіх учасників проекту зокрема, а також для

української модної індустрії в цілому як декларація світу про те, що мода продовжує розвиватись в умовах руйнації, адекватно рефлектуючи на реальну ситуацію.

Висновки. У дослідженні проведено порівняльний аналіз та визначено особливості fashion-фотографій на тлі руїн. Виявлено особливості формування образності та візуальні характеристики fashion-журналів воєнного періоду. Визначено, що врахування етичних норм є пріоритетними при створенні візуальних образів в презентації модних колекцій в часи воєнних руйнувань, а естетика відіграє важливу роль для маркетингових функцій і домінуючу для психологічних. Проаналізовано соціально-психологічні механізми впливу та визначено основні критерії, які є визначальними в регламентації етичної сторони презентації моди, а саме: за змістом, за характером, за вагомістю, за часом, за відповідністю, за емоційністю, за трактуванням прекрасного. Визначено, що парадокс, який полягає у презентації моди серед руїн під час війни, з точки зору парадоксальної інтенції, може бути ефективним методом трансформації сприйняття з негативного в позитивне.

Література:

1. Archive Maison Martin Margiela's First Show of Spring 1989: Deconstruction and Interpretation. Archive. URL: <https://www.archivepdf.net/post/maison-martin-margielas-first-show-spring-1989-deconstruction-and-interpretation> (дата доступу: 25.03.2023).
2. Arnold R. Fashion in Ruins: Photography, Luxury and Dereliction in 1940s London. *Fashion Theory*. 2017. 21(4), P. 341–363.
3. Приседська В. Шкільний альбом війни. Випускники Чернігова зробили фотосесію на руїнах – *BBC News Україна*, 2022. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-61769880> (дата доступу: 15.03.2023).
4. Bide B. Austerity Fashion 1945–1951: Rebuilding fashion cultures in post-war. London, 2017. 398 p.

5. Davidson E. E. Galliano gets political with activist-inspired Margiela show. *Dazed*. 2019. URL: <https://www.dazeddigital.com/fashion/article/46194/1/maison-margiela-ss20-collection-john-galliano-paris-fashion-freedom-activism-eu> (дата доступу: 14.03.2023).

6. Gorrara C. Fashion and the femmes tondues: Lee Miller, Vogue and representing Liberation France. *French Cultural Studies*. 2018. 29(4). P. 330–344.

7. Maddi S. R. Hardiness leads to meaningful growth through what is learned when resolving stressful circumstances. *Meaning in Positive and Existential Psychology*. 2014. P. 291–302.

8. Maddi S. R., Kobasa S. C. The Development of Hardiness. *Stress and Coping: an Anthology*. 2019. P. 245–257.

9. Maison Martin Margiela from SS 1989 to FW 1993–94 – video Dailymotion. URL: <https://www>

[dailymotion.com/video/x5sixjk](https://www.dailymotion.com/video/x5sixjk) (дата доступу: 25.03.2023).

10. Quinn B. The fashion of architecture. Bloomsbury Publishing PLC, 2003. 288 p.

11. Квасниця Р. Б. Дизайн просторів для презентації модних колекцій: автореф. дис. ... канд. мист. Львів: Нац. ун-т «Львів. Політехніка», 2021. 20 с.

12. Веб-сторінка журналу "Gazzetta di Milano". URL: <https://www.gazzettadimilano.it/wp-content/uploads/2022/02/SALEH-ZINI-2021.jpg> (дата доступу: 11.03.2023).

13. Веб-сторінка ODubovaya. URL: <https://www.dubovaya.studio/wp-content/uploads/2022/05/20220616-20220616-6S0A6458-scaled.jpg> (дата доступу: 11.03.2023).

14. Веб-сторінка бренду Dovita. URL: <https://www.dovitabridal.com/wp-content/uploads/2022/10/1-74.jpeg> (дата доступу: 11.03.2023).

15. Веб-сторінка BBC News. URL: https://ichef.bbci.co.uk/news/800/cpsprodpb/12F87/production/125330777_285388126_3363821530570737_371100_8088374391124_n.jpg (дата доступу: 11.03.2023).

16. Веб-сторінка. URL: https://i.guim.co.uk/img/media/bbaca2698221bbeb969aa948233038008e60d729/0_0_7347_7372/master/7347.jpg?width=620&q_uality=45&dpr=2&s=none (дата доступу: 14.03.2023).

17. Веб-сторінка. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/232049295.pdf> (дата доступу: 14.03.2023).

References:

1. ARCHIVE (2022). Archive Maison Martin Margiela's First Show of Spring 1989: Deconstruction and Interpretation. URL: <https://www.archivepdf.net/post/maison-martin-margielas-first-show-spring-1989-deconstruction-and-interpretation> (Last accessed: 25 March 2023) [in English].

2. Arnold, R. (2017). Fashion in Ruins: Photography, Luxury and Dereliction in 1940s London. *Fashion Theory*, 21(4), pp. 341–363 [in English].

3. Prysedska, V. (2022). Shkilnyi albom viiny. Vypusknky Chernihova zrobyly fotosesiiu na ruinakh [War school album. Chernihiv graduates made a photo shoot at the ruins] – *BBC News Ukraina*. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-61769880> (Last accessed: 15.03.2023) [in Ukrainian].

4. Bide, B. (2017). Austerity Fashion 1945–1951: Rebuilding fashion cultures in post-war. London. URL: <https://pure.royalholloway.ac.uk/en/publications/austerity-fashion-1945-1951-rebuilding-fashion-cultures-in-post-w> (Last accessed: 18.03.2023) [in English].

5. Davidson, E. (2019). Galliano gets political with activist-inspired Margiela show. *DAZED*. URL: <https://www.dazeddigital.com/fashion/article/46194/1/maison-margiela-ss20-collection-john-galliano-paris-fashion-freedom-activism-eu> (Last accessed: 14.03.2023) [in English].

6. Gorrara, C. (2018). Fashion and the femmes tondues: Lee Miller, Vogue and representing Liberation France. *French Cultural Studies*, 29(4), pp. 330–344. DOI: 10.1177/0957155818791889 [in English].

7. Maddi, S. R. (2014). Hardiness leads to meaningful growth through what is learned when resolving stressful circumstances'. *Meaning in Positive and Existential Psychology*, P. 291–302. DOI: 10.1007/978-1-4939-0308-5_17 [in English].

8. Maddi, S. R. and Kobasa, S. C. (2019). The Development of Hardiness. *Stress and Coping: an Anthology*, pp. 245–257 [in English].

9. Maison Martin Margiela from SS 1989 to FW 1993–94 – video Dailymotion. URL: <https://www.dailymotion.com/video/x5sixjk> (Last accessed: 25.03.2023) [in English].

10. Quinn, B. (2003). The fashion of architecture, Bloomsbury Publishing PLC. 288 p. [in English].

11. Kvasnytsia, R. B. (2021). Dyzain prostoriv dlia prezentatsii modnykh kolektsii [Stage Design for Fashion Collections Shows]. Extended abstract of candidate's thesis. Lviv: Nats. un-t «Lviv. Politekhnik» [in Ukrainian].

12. Web page of "Gazzetta di Milano". URL: <https://www.gazzettadimilano.it/wp-content/uploads/2022/02/SALEH-ZINI-2021.jpg> (дата доступу: 11.03.2023).

13. Web page of "ODubovaya". URL: <https://www.dubovaya.studio/wp-content/uploads/2022/05/20220616-20220616-6S0A6458-scaled.jpg> (дата доступу: 11.03.2023).

14. Web page of "Dovita". URL: <https://www.dovitabridal.com/wp-content/uploads/2022/10/1-74.jpeg> (дата доступу: 11.03.2023).

15. Web page of BBC News. URL: https://ichef.bbci.co.uk/news/800/cpsprodpb/12F87/production/125330777_285388126_3363821530570737_37

[11008088374391124_n.jpg](https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.3.10) (дата доступу: 11.03.2023).

16. Web page. URL: https://i.guim.co.uk/img/media/bbaca2698221bbeb969aa948233038008e60d729/0_0_7347_7372/master/7347.jpg?width=620&q

[uality=45&dpr=2&s=none](https://core.ac.uk/download/pdf/232049295.pdf) (дата доступу: 14.03.2023).

17. Web page. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/232049295.pdf> (дата доступу: 14.03.2023).

KVASNYTSIA R.

Lviv Polytechnic National University, Lviv, Ukraine

FASHION PRESENTATIONS IN THE SPACE OF WAR DESTRUCTIONS: ETHICS AND AESTHETICS OF PARADOXICALITY

Purpose: to conduct the analysis of the presentation of fashion collections in wartime in relation to ethical and aesthetic norms.

Methodology. The research uses theoretical general scientific methods of analysis and synthesis, classification, methods of synchronous and diachronic analysis. The research uses the transcendental method, the comparative method and the heterotopological method has been applied to demonstrate the way visuality and space interact in the presentation of fashion collections.

Results. It was determined that the paradox, which occurs when there is the fashion presentation among the ruins during the war, from the point of view of paradoxical intention, can be an effective method of transforming negative perception into positive, influencing the transformation of stressful circumstances into opportunities for personal and interpersonal growth in the destructive conditions of war. According to the results of the analysis of the experience of other countries, it was found that ethical norms should be a priority when creating visual images in the presentation of fashion collections in times of war. Factors influencing the psychological perception of fashion presentations in wartime by the society have been established. Since the presentation of fashion collections is a form of mass communication, socio-psychological mechanisms of influence were analyzed and differentiation was carried out according to the main categories.

Scientific novelty. For the first time, a study was conducted on the definition of ethical and aesthetic standards for the presentation of fashion collections during the wartime. Attention has been focused on the psycho-emotional perception by society of the presentation of fashion during the war.

Practical significance. The results of the research can be applied in practice in the process of presenting fashion collections of Ukrainian brands during the war and the post-war period.

Keywords: *fashion collection presentation; space; paradox; heterotopology; fashion photos; war.*

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРА

Квасниця Роксоліана Богданівна, канд. мист., ст. викладачка кафедри дизайну та основ архітектури, НУ «Львівська політехніка», ORCID 0000-0001-7488-672X, e-mail: roksoliana.b.kvasnytsia@lpnu.ua

Цитування за ДСТУ: Квасниця Р. Б. Презентації моди в просторі воєнних руйнувань: етика та естетика парадоксальності. *Art and design*. 2023. №3(23). С. 121–129.

<https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.3.10>

Citation APA: Квасниця, Р. Б. (2023) Презентації моди в просторі воєнних руйнувань: етика та естетика парадоксальності. *Art and design*. 3(23). 121–129.