

УДК 745.52:391(4:5):316.722

DOI <https://doi.org/10.32782/uad.2026.2.57>

**Чуботіна Ірина Михайлівна,**

доктор філософії,  
старший викладач кафедри мистецтва та дизайну костюма  
Київського національного університету технологій та дизайну  
ORCID ID: 0000-0001-8436-0086  
iri-s83@outlook.com

**Чупріна Наталія Владиславівна,**

доктор мистецтвознавства, професор,  
завідувач кафедри мистецтва та дизайну костюма  
Київського національного університету технологій та дизайну  
ORCID ID: 0000-0002-5209-3400  
Scopus Author ID: 56835800000  
chouprina@ukr.net

**Кокоріна Галина Василівна,**

кандидат технічних наук,  
доцент кафедри мистецтва та дизайну костюма  
Київського національного університету технологій та дизайну  
ORCID ID: 0000-0002-8317-8917  
galinaramasanova@gmail.com

**Давиденко Ірина Володимирівна,**

доцент кафедри мистецтва та дизайну костюма  
Київського національного університету технологій та дизайну  
ORCID ID: 0000-0002-6355-900X  
irinedavidenko@gmail.com

**Яценко Марина Володимирівна,**

кандидат технічних наук,  
доцент кафедри мистецтва та дизайну костюма  
Київського національного університету технологій та дизайну  
ORCID ID: 0000-0002-6983-4332  
yacenko.mv@knutd.com.ua

## **КРОСКУЛЬТУРНА КОНВЕРГЕНЦІЯ В ДИЗАЙНІ ОДЯГУ: МЕХАНІЗМИ ВЗАЄМОВПЛИВУ ТА ІНТЕГРАЦІЇ СХІДНОГО І ЗАХІДНОГО КОСТЮМА В ГЛОБАЛЬНОМУ МОДНОМУ ПРОСТОРИ**

*Мета статті* полягає у комплексному дослідженні культурного та естетичного взаємовпливу східного і західного костюму в контексті сучасного дизайну одягу. Аналіз охоплює історію взаємин двох парадигм костюма, а також декоративні елементи й художні прийоми, що формують їхню специфіку. Особливу увагу приділено сприйняттю азійського вбрання крізь призму тривалого захоплення Заходу орієнталізмом і сучасному співіснуванню різних підходів до одягу. У цьому контексті з'ясовано особливості творчих методів Сходу й Заходу та потенціал їх синтезу в умовах глобалізації й інклюзивного дизайну. Дослідження зосереджене на трьох векторах далекого східного дизайну – японському, китайському та корейському – їхніх характерних рисах, генезі взаємин із західним костюмом і сучасній репрезентації на західних подіумах. Було розглянуто представників трьох країн, які успішно функціонують в умовах глобального ринку та презентують власний дизайн на західних тижнях моди. Серед ключових завдань – аналіз історії формування одягу в цих країнах, процесів вестернізації локальних традицій та їхнього впливу на європейську й американську моду. Реалізація цих завдань передбачає аналіз культурних та естетичних відмінностей,

виявлення спільних рис, дослідження феномену орієнталізму в контексті розвитку західного дизайну одягу та окреслення стратегій розвитку цих взаємовпливів в умовах сучасного естетичного континіуму. **Наукова новизна** полягає в систематизації естетичних і стилєвих особливостей костюма Японії, Китаю та Південної Кореї як чинників, що суттєво впливають на глобальний дизайн одягу та сприяють подальшій інтеграції у світовий культурно-естетичний простір.

**Ключові слова:** сучасний костюм, світова мода, китайський костюм, японський костюм, південно-корейська мода, дизайн одягу, взаємовплив в дизайні одягу.

**Chubotina Iryna, Chuprina Nataliya, Kokorina Halyna, Davydenko Iryna, Yatsenko Maryna.**  
**CROSS-CULTURAL CONVERGENCE IN FASHION DESIGN: MECHANISMS OF MUTUAL INFLUENCE AND INTEGRATION OF EASTERN AND WESTERN COSTUME WITHIN THE GLOBAL FASHION SPACE**

*The purpose of the article is a comprehensive study of the cultural and aesthetic mutual influence of Eastern and Western costume within the context of contemporary fashion design. The analysis covers the history of the relationship between these two costume paradigms, as well as the decorative elements and artistic techniques that define their specificity. Special attention is paid to the perception of Asian attire through the prism of the West's long-standing fascination with Orientalism and the modern coexistence of diverse approaches to clothing. In this context, the features of creative methods from both East and West are identified, alongside the potential for their synthesis in the conditions of globalization and inclusive design.*

*The research focuses on three vectors of Far Eastern design – Japanese, Chinese, and Korean – their characteristic features, the genesis of their relationship with Western costume, and their contemporary representation on Western runways. The study examines designers from these three countries who successfully operate in the global market and present their collections at Western fashion weeks. Among the key objectives is the analysis of the historical formation of clothing in these nations, the processes of Westernization of local traditions, and their impact on European and American fashion. Achieving these objectives involves analyzing cultural and aesthetic differences, identifying common traits, exploring the phenomenon of Orientalism in the development of Western fashion design, and outlining strategies for the evolution of these mutual influences within the modern aesthetic continuum.*

*The scientific novelty lies in the systematization of the aesthetic and stylistic features of Japanese, Chinese, and South Korean costumes as factors that significantly influence global fashion design and contribute to further integration into the world cultural and aesthetic space.*

**Key words:** contemporary costume, global fashion, Chinese costume, Japanese costume, South Korean fashion, fashion design, mutual influence in fashion design.

**Вступ.** Тенденції до глобалізації та систематичної інтеграції локальних культурних проявів в світові процеси є те що визначає будь-які мистецькі процеси загалом та дизайн одягу зокрема. При цьому спостерігається тенденція до індивідуалізації та інклюзивності в костюмі, що є домінантою в світових тенденціях розвитку. Як слідство цих напрямків особлива зосередженість модної спільноти на поза-європейських та поза-американських естетичних проявах, що могли б збагатити та піднести на новий рівень сучасний дизайн. Тривалий час європейські художні кола були зацікавлені іншим світобаченням та естетичними нормами, що були проявлені в костюмі сходу, але трактувалися вони не завжди коректно через призму західного сприйняття.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій** засвідчує, що проблематика крос-культурної

конвергенції в дизайні одягу та інтеграційних практик між західним і східним костюмом привертає дедалі більший науковий інтерес у міжнародному академічному дискурсі. Зокрема, у праці Цз. Чжан досліджено відмінності естетичних стандартів китайської та західної культур одягу, включно з колористикою, конструктивними принципами й способами носіння, а також окреслено причини цих розбіжностей [1]. Автор А. Фукаї аналізує вплив японського кімоно на західний дизайн одягу, підкреслюючи його позачасову актуальність [2]. Дослідниця З. Томашич розглядає еволюцію китайських стилів крізь історію та значення традиційних орнаментів у сучасній моді [3]. На прикладі генези корейського національного костюма Л. Вебб демонструє негативні наслідки глобалізації для традиційного вбрання, зокрема втрату практичності ханбока в сучасному

житті, і водночас окреслює можливі шляхи його відродження [4]. Дослідники Метрополітен-музей мистецтва у праці, присвяченій феномену орієнталізму, зазначають, що Схід пропонує альтернативну концепцію одягу порівняно із західною традицією краєвництва, підкреслюючи: «Надаючи першість текстилю, східний одяг підкреслює плоский рельєф тканини, петлі та обгортання одягу, а також цілісність незшитого текстилю. Ці цінності, протилежні постсередньовічній західній одязі, запропонували Заходу парадигму одягання та пошиття одягу, яка мала спорадичний вплив, особливо в наш час» [5].

**Методологічну базу дослідження** становить міждисциплінарний підхід, що охоплює теоретичні засади мистецтвознавства, культурології та дизайну одягу. В основу покладено принципи системності, соціально-комунікаційного й культурно-історичного підходів, які дають змогу комплексно аналізувати інтеграційні процеси взаємовпливу східного та західного костюма в глобальному модному просторі. У роботі застосовано методи аналізу й синтезу – для узагальнення історичних і теоретичних положень; порівняльний – для виявлення спільних і відмінних художньо-естетичних рішень; візуально-аналітичний – для інтерпретації стильових і колористично-фактурних характеристик. Поєднання цих методів забезпечило цілісне осмислення кроскультурних конвергенцій у дизайні одягу в умовах глобалізаційних процесів.

Попри прискіпливу увагу західних культурно-мистецьких середовищ до східної естетичної парадигми, тривалий час акцент робився саме на західному погляді на відмінності східного одягу від глобального модного процесу. Зокрема, Енн Голландер підкреслює прогресивність західного костюма завдяки його адаптивності до змін суспільного розвитку та відносну сталість східного вбрання, яке меншою мірою піддавалося модним трансформаціям [6]. З цієї перспективи східний костюм постає спорідненим із традиційним народним одягом, для якого визначальними є сталість і тяглість традиції. Водночас, як буде показано далі, відмінності між цими напрямками значно глибші.

*Дослідник Чжан Цзівень* виводить основні характеристики традиційних китайських костюмів та культурні концепції: витончене вираження форми й кольору; натяк і алегоричність як джерело естетики, що проявляється через стиль, композицію, лінії та гармонію; акцент на тонких художніх техніках і ремісничій майстерності; активне використання вишивки, стрічок і орнаментів для поєднання реалізму з романтичною атмосферою; врівноваженість і стабільність образу; цілісна координація одягу, що створює відчуття порядку, гармонії, урочистості та відповідності середовищу й епосі; костюм як символ національної ідентичності, що зазнає міжкультурних впливів, але зберігає власні естетичні норми й дрес-код. А далі автор також подає характеристики культурної концепції західного одягу: культ краси людського тіла та фізичної привабливості; орієнтація на приваблення уваги через силует, відкриті ділянки тіла й еротичну естетику; сильний психологічний ефект швидкого занурення в естетичне сприйняття; пріоритет індивідуальності; одяг як засіб самовираження, самоконструювання образу й демонстрації самооцінки. Тобто основними рисами східного костюму з огляду на вищезазначене можна назвати збалансованість, із підкреслення національної специфіки культури одягу, де бажана гармонія досягається орієнтацією на стильову атмосферу та декоруванням без акцентуації на людському тілі. А західний одяг набуває своїх рис через прагнення до сенсорної виразності, підкресленні індивідуальності та орієнтації на чуттєві стимули через дизайн, колір і лінії; сексуальність і колористика виступають ключовими чинниками модного успіху. Та констатує «Китайська культура одягу приділяє увагу прагненню духовного рівня, а стиль одягу є відносно консервативним, демонструючи гідну, елегантну та витончену східну атмосферу. Західна культура одягу приділяє увагу прагненню наукового рівня, а прагнення до стилів одягу пов'язане з носінням людських форм, тому вигин одягу очевидний, демонструючи красу, сміливість та елегантність з практичністю» [1].

В дослідженні «Традиційне китайське мистецтво та культура в сучасній китайській моді» говориться про розходження двох підходів ще на рівні конструювання де підхід пропорційного поділу при створенні викрійок, який використовується в Китаї, використовує лише мінімальну кількість вимірювань тіла (зазвичай лише вимірювання обхвату та довжини) у процесі формування викрійок одягу. «Поряд зі стилями одягу, системи створення викрійок розвивалися для того, щоб відповідати моді, тканинам та формам тіла, які переважають у певних регіонах. Використання європейської системи «блочних» викрійок дозволяє створювати одяг, який більше прилягає до тіла, тоді як китайський підхід пропорційного поділу призначений для створення вільного, більш зручного одягу» [3]. Тобто зазначене тяжіння до приховування тіла базується не тільки на культурній парадигмі але й через конструкторсько-технологічні умови формуя при цьому неповторні і вибагливі дизайни, що варіювалися вкрай різноманітно відносно регіонів та історичного плину.

Далі ми розглянемо базові форми традиційного одягу Китаю, Японії та Кореї, які мають найбільший вплив на локальний та світовий сучасний одяг.

Основним одягом Китаю для обох статей був одяг, схожий на халат або туніку, що загортався в огорт. «Ханьфу (汉服 букв. «одяг китайської народності хань»), також відомий як Ханьчжуан (汉装) або традиційний китайський одяг, – це традиційні стилі одягу китайської народності хань, які носять з II тисячоліття до нашої ери.» Еліта носила ханьфу, найчастіше з шовку, які обгорталися навколо тіла та зав'язувалися поясом. Такі халати були або достатньо довгими, щоб не вимагати нижнього одягу, або дещо коротшими (наприклад, до стегон) і носилися поверх штанів або спідниці. «Традиційно ханьфу складається з халата під назвою паофу або пари верхнього одягу під назвою ру (куртка) та нижнього одягу під назвою цюнь (спідниця)» [7]. Штани та спідниці не були тісно пов'язані зі статтю та носилися як чоловіками, так і жінками. Жінки еліти

віддавали перевагу яскраво візерунчастому шовковому одягу для свого одягу. Мода на жіночий одяг пережила епоху швидких змін за часів династії Тан (618–907), коли багата та космополітична імперська культура стимулювала споживання та наслідування, а новизна забезпечувалася культурними впливами перських та тюркських народів через Шовковий шлях. Одяг елітних чоловіків у давнину також часто був досить барвистим, але в пізніші періоди чоловічий одяг мав тенденцію ставати більш похмурим і однотонним. Однак ця тенденція до більш простого одягу була компенсована розвитком, починаючи з кінця династії Сун (дванадцяте століття), «драконового халата» для використання як придворного одягу [8]. «Ханьфу вплинув на традиційний одяг багатьох сусідніх культур у китайській культурній сфері, включаючи корейський ханбок, японське кімоно (вафуку), рюкюань рюсоу, та в'єтнамський áo gào lín (в'єтнамський одяг). Елементи дизайну ханьфу також вплинули на західну моду, особливо через стиль шинуазрі, завдяки популярності шинуазрі з 17 століття в Європі та Сполучених Штатах» [7].

Ціпао (旗袍 букв. «банер-халат»), також відомий як чонсам (长衫 букв. «довга сорочка») або мандаринська сукня – це китайський жіночий одяг, натхненний цичжуанами, етнічним одягом народу маньчжурів. Чонсам це був одяг для обох статей, але став асоціюватися як жіночий одяг у Китаї протягом XX століття. Він був запроваджений за часів династії Цін, наприкінці 19 століття. Його історія пов'язана із соціальними, економічними та політичними змінами, а також із моделями міграції. Спочатку це був одяг напівкочових пастухів (маньчжурських чоловіків) з північного сходу Китаю, довгий халат вільного крою, який закривав ноги та мав передній клапан, що перекривався петлями та застібками на правому плечі, з бічними розрізами, що забезпечувало свободу рухів, необхідну для ходьби та верхової їзди. Жіночий варіант цього халата був відомий як ціпао або «халат-прапор» на честь жінок, розміщених у великих містах

разом із маньчжурськими прапорними полками для контролю населення. Чонгсам потрапив до Китаю як іноземний одяг, що представляв культуру загарбника. І корінних китайців хань було природно протидіяти цій іноземній формі одягу» [3].

Костюм Мао Цей сучасний китайський туніковий костюм – чоловічий костюм, спочатку відомий у Китаї як костюм Чжуншань (Zhongshan zhuang 中山装), на честь лідера республіканців Сунь Ятсена (孙逸仙, Сунь Чжуншань), який запровадив цей костюм невдовзі після заснування Китайської Республіки в 1912 році як форму національного одягу з чітким політичним підтекстом. Сунь заснував костюм на японській кадетській формі. Чотири кишені символізують Чотири Чесноти (Guan czi 管子), збірку філософської праці, названої на честь китайського філософа XVII століття Гуань Чжуна (管仲): пристойність, справедливість, чесність і сором; а п'ять гудзиків символізують гілки влади Китаю: виконавчу, законодавчу, судову, екзаменаційну та контрольну. Три гудзики на манжетах символізують Три Народні Принципи (San min zhu yi 三民主义) Доктор Сунь Ятсен хотів створити національний одяг. Він виступав за носіння функціонального одягу. Костюм, який він розробив, був названий на його честь, Чжуншань (Чжуншань – це вимова його імені на мандаринський діалект); але на Заході його також називають костюмом Мао, оскільки саме цей костюм Мао Цзедун часто носив на публіці та заохочував носити китайських громадян. «Сунь поєднав східний та західний стилі, створивши те, що ми зараз називаємо костюмом Мао. Він використав японську кадетську форму як основу, розробивши куртку з відкидним коміром та п'ятьма або сімома гудзиками. Сунь замінив три внутрішні кишені, що були на західних костюмах, на чотири зовнішні кишені та одну внутрішню кишеню. Потім він поєднав куртку з мішкуватими штанами» [3]. «Танчжуан (□□) – це різновид маньчжурської куртки з прямим коміром. Це оновлена форма куртки магуа династії Цін, адаптація куртки маньчжурських вершників. Хоча

назва куртки англійською та китайською мовами натякає на походження з періоду династії Тан, насправді її дизайнери задумували як «китайський» одяг» [3]. Костюм тан має стійкі особливості: по-перше, він має прямий комір; по-друге, рукави та тіло виготовлені з одного цілого шматка, і між ними немає стібків; по-третє, костюм застібається спереду на гудзики; по-четверте, гудзики, відомі як китайські жаби, мають декоративне плетіння для застібки спереду.

Корейський національний одяг як для чоловіків, так і для жінок відомий як ханбок (한복), що означає просто «корейський халат». Ханбок, має художнє та функціональне значення кожного елемента: 1. Чогорі (저고리): Верхня частина ханбока, що включає довгу стрічку-краватку. 2. Чіма (치마): Велика спідниця, яку носять під чогорі. 3. Чоловічий ханбок має штани бадзі (바지). 4. Котшин (꽃신): Жіноче взуття, що буквально означає «квіткове взуття». 5. Гат (갓): Традиційний чоловічий капелюх. Поширений модний предмет для вечних вищого класу епохи Чосен (відомий як янбан (양반)). 6. Бінью (비녀): Традиційні пов'язки, головні убори та шпильки для волосся, різноманітні за асортиментом та кольором.» [9]

Традиційний чоловічий ансамбль, сподібнений з одягом Маньчжурії та степових земель за її межами, але не має тісного зв'язку з китайським чоловічим одягом, складається з короткої куртки, яку носять поверх об'ємних мішкуватих штанів, заправлених у чорні валянки, зверху одягається жорстке шовкове пальто світлого кольору (блідо-зелений або блідо-блакитний). Доповнює вбрання жорсткий чорний капелюх з кінського волосся або солом'яний капелюх. Жіночий ханбок, якому також притаманна пастельна гама, навпаки, ймовірно, походить від жіночої моди династії Тан коли були поширені більш об'ємні сукні з високою талією, які носили з короткою курткою. Весь одяг покритий верхньою спідницею з шовкового газу [8].

Кімоно (яп. 着物, kimono – «вбрання»; яп. 和服, wafuku – «японський одяг») – назва спочатку просто одягу, але з часом була

адаптована для традиційного вбрання Японії [10]. У VI–VIII століттях населення островів перебувало під значним культурним впливом Китаю, що позначилося на костюмі, який наслідував континентальні зразки. Валері Стіл так характеризує прихід традиційної форми на японські острови: «в аристократичній культурі періодів Нара (710–785) та Хейан (795–1185) мода була повністю асимільована з японськими культурними нормами та виражалася в таких деталях, як колір, крій та декоративні мотиви в одязі, який завжди зберігав основну тему довгого халата з накидкою» [8]. Чоловіки носили довгі халати з візерунчастого шовку або, для верхньої їзди та інших занять, коротші куртки з накидкою поверх широких штанив з відповідного або контрастного матеріалу. Жінки тієї епохи носили кілька шарів халатів з накидкою, покровеним таким чином, щоб кожен шар був видно під попереднім. «В епоху правління воєнничої аристократії (самураїв), яка почалася в 1185 році та тривала майже 700 років, одяг як для чоловіків, так і для жінок еволюціонував у бік Т-подібного обгорнутого одягу, відомого як кімоно, в якому елементи смаку виражалися більше в текстильних елементах, ніж у крої чи стилі самого одягу» [8]. Так, традиційне кімоно має наступні характеристики: об'єм «кокон»; опущений, відступний комір; прямокутний рукав; плече, з якого тканина вільно звисає (на відміну від талії як структурного елемента); та центральний пояс-обі, або бант. [11] На відміну від західного підходу до зміни конструктивної бази мода та стиль знаходили своє вираження у фарбованих, тканих або вишитих тканинах розкішної якості та фантастичного розмаїття; носінні вишитого сімейного герба на потилиці сім'ями, які мали на це право; виборі тканини та техніці зав'язування широкого пояса обі. У 20 столітті «кімоно були витіснені здебільшого звичайним одягом західного стилю в період після Другої світової війни, а згодом їх здебільшого носили лише як офіційний одяг та з особливих випадків» [8]. Основними рисами традиційного костюма всіх трьох країн стали врівноваженість і стабільність образу, цілісна координація елементів

одягу, що створює відчуття гармонії та відповідності епосі, а також вишуканий декор і вільний силует без акцентування на анатомії тіла. Саме ці унікальні характеристики визначили тривалу історію орієнталізму (від лат. *orientalis* – східний), який понад три століття надихав культурні еліти Західного світу. Втім, шлях абсорбції східної парадигми західними митцями поступово еволюціонував: від механічного копіювання зовнішніх форм він перейшов до глибокого осмислення естетичних концепцій вбрання, хоча сьогодні сам феномен орієнталізму й викликає суттєву критику з боку наукової спільноти. Так дослідники з The Metropolitan Museum of Art вважають що орієнталізм постає як інтелектуальна конструкція Заходу, що ідеалізує Схід як «світський рай», не осквернений цивілізацією. Привабливість Сходу частково ґрунтувалася на його непроникності для Заходу». Ця «незбагненність» Сходу є відображенням обмеженості західного розуміння, проте саме через орієнталізм західна культура намагається досягти власної цілісності [5]. Шинуазрі (фр. *chinoiserie*, від фр. *chinois* «китайський», тобто «китайщина») як підвид орієнталізму виник у Франції, коли у 16 столітті розвинулася морська торгівля між Китаєм та Францією. Велика кількість китайських виробів мистецтва та ремесел була імпортована до Європи, що спричинило бум китайського стилю у 18 столітті. «Шинуазрі, що відображається в декоративному дизайні, є різновидом елегантного, розкішного та екзотичного декоративного стилю, який поєднується з традиційним західним естетичним темпераментом та інтересом, а не з чистим китайським стилем» [12].

Експансія азійського культурного впливу в Європі значно інтенсифікувалася після відкриття порту Йокогама у 1859 році, що означувало вихід Японії з багатовікової самоізоляції. «У всьому світі інтерес до Японії зріс протягом 1860-х років, коли в Парижі та Лондоні виникли магазини, що продавали японські товари. Ці магазини стали місцями збору художників та арт-дилерів: японські товари їх захоплювали. Отже, художники розкидали японські предмети як екзотичні

об'єкти у своїх картинах» [13]. Найбільш виразно потреба Заходу в освоєнні Сходу проявляється в одязі. «Західний шинуазрі, японізм та туркері як повторювані явища декоративного мистецтва та культури добре відомі, проте з багатьох предметів взаємодії між Сходом і Заходом текстиль та одяг були одними з найвизначніших» [5].

З початком ХХ століття далекосхідна естетика почала інтегруватися в дизайн одягу, проте початково цей процес охоплював виключно жіночий гардероб. Зокрема, такі кутюр'є, як Жак Дюссе, Мадлен Віонне та Поль Пуаре, активно експериментували з конструктивними елементами японського кімоно. [13] «Кімоно вплинуло на ідеї багатьох дизайнерів, надихаючи на нові модні ресурси. Можна стверджувати, що мало який традиційний одяг надихнув дизайнерів такою мірою, як кімоно» [2]. Кімоно через свій лаконічний і при цьому вишуканий крій легко адаптувався до жіночого гардеробу. Проте з часом ширше розуміння японської естетики приходить на Захід. Так, увага до культури носіння одягу в Японії підкорила Крістіана Діора: «Діор подвоїв свою захопленість Японією в 1953 році, коли його одноіменний будинок високої моди став першим, який показав свої вироби в країні. Шквал дизайнів з його паризької колекції був представлений у Токіо, Нагої, Кіото та Осаці, включаючи сукню з влучною назвою *Jardin Japonais*, натхненну японськими садами. Пізніше того ж року *Dior* уклав партнерство з текстильною компанією *Kanebo* та універмагом *Daimaru*, ліцензуючи обидві компанії на адаптацію та відтворення візерунків і текстилю бренду в Японії» [14]. Так, з часом абсорбція японської культурної спадщини флагманського паризького будинку моди не згасає: «Підтримка *Dior* японської культури була продемонстрована на показі високої моди весна/літо 2007 року, де було представлено атласне пальто з облягаючим верхом, принтом якого був прикрашений зображенням «Велика хвиля» Кацусіки Хокусая(...) В одному образі тодішній креативний директор Джон Гальяно втілює дитячі спогади *Dior*. Натхненна оперою «Мадам Батерфляй»,

колекція також включала переосмислення кімоно та макіяж у стилі гейш від легендарної Пет Макрат. Майже два десятиліття потому колекція продовжує викликати розмови та натхнення, будучи ключовим моментом у незабутньому перебуванні Гальяно в домі моди» [14]. Далі вже Діор Рафа Сімонса вирушив до Токіо у 2014 році зі своєю першою передосінньою колекцією, де вона потрапила прямо на стадіон боротьби сумо. «Інновації знову вразили *Dior*, коли К'юрі стала першою жінкою-кутюр'є бренду. Дебютувавши під час сезону кутюр у Парижі 2017 року, її колекція була одою химерним садам і пишним квітам, які часто надихали *Monsieur Dior*» [14]. Не тільки жіночі образи сучасності надихаються японськими мотивами: модний дім *Maison Margiela* представив Для своєї чоловічої колекції весна/літо 2018 року кілька вражаючих прикладів впливу кімоно. «Джон Гальяно з цього дому розробив чоловіче пальто з барвистого та розкішного антикварного об'єкта – пояса, яким зав'язують кімоно.» Окрім цього чоловіча колекція Тома Брауна весна/літо 2016 року поєднала дизайни, натхненні кімоно, з строгими костюмами ділового стилю, створюючи сучасний поп-стиль [2]. Дріс Ван Нотен систематично використовував японські мотиви в чоловічих колекціях, «в 2025 році віддає шану японському мистецтву сумінагасі. Сумінагасі, що означає «плаваюче чорнило», – це традиційна форма мистецтва мармурування, яка створює візерунки на воді, а потім переносить їх на тканину. Для чоловічої колекції весна-літо 2025 ця техніка була застосована до низки готових виробів, надаючи кожному виробу власний унікальний намальований вручну мотив.» [15]

З 1960-х років китайські мотиви інтегрувалися в європейську чоловічу моду як візуальна альтернатива західному комерціалізму та раціоналізму, що відображало антиінституційні настрої епохи. Популярність цієї естетики у 1970-х була зумовлена глибокою соціальною кризою, а також прийняттям китайських мотивів культурою хіпі як символу відмови від західних цінностей [12]. З часів опіумних воєн західні суспільства

сприймали Китай як меланхолійну й відсталу країну, що відобразилося в мистецтві та масовій культурі – зокрема в образах декадентських наркоманів у роботах Жорж Барб'є та потворному образі Фу Маньчжу у фільмі «Обличчя Фу Маньчжу» (1965, реж. Дон Шарп). Ці уявлення були радше наслідком західних хибних інтерпретацій, але водночас відповідали контртенденції, спрямованій проти надмірно витонченого й оптимістичного модернізму Заходу. На відміну від класичного європейського костюма, що асоціювався з традиційністю, костюм Мао сприймався як знак ідеологічного оновлення та альтернативної соціальної моделі. «Костюми Мао та інші китайські уніформи були костюмами, виготовленими в Китаї для ліквідації ієрархії, що натякало на своєрідний бунт проти влади та ортодоксії. З цієї причини уніформа стала новим стилем антимодного одягу та поширилася по західних країнах» [12].

Західноєвропейські соціалісти й інтелектуали підхопили цей стиль у 1960–1970-х роках, нерідко поєднуючи маоїстський силует із водолазкою. Попре свої перші субкультурні кроки мода на китайські мотиви знаходить своє місце і в великих будинках моди. «Китайська колекція» Ів Сен-Лоран 1977 року та аромат *Orium* відображали образ Китаю західної уяви, поєднаний із європейською *haute couture*, хоча сам дизайнер відвідав країну лише 1985 року. У 2004 році Том Форд переосмислив ці мотиви для дому *Yves Saint Laurent*, використавши плечі-«пагоди», варіації ципао та імператорські символи династії Цін. Китайська символіка – дракони, хвилі, фенікси – неодноразово з'являлася і в колекціях інших брендів, зокрема *Armani Privé*, Ральф Лорен та *Gucci*. Сукню *Gucci* з феніксом обрала Меланія Трамп для державного візиту до Китаю разом із Дональдом Трампом, що викликало дискусії щодо доречності символіки. Деякі дизайнери надихалися не лише одягом, а й декоративним мистецтвом: наприклад, Роберто Каваллі створив сукню, стилізовану під китайську порцеляну з міста Цзіндечжень. Колекції Жан-Поль Готьє 2001 року («*Fu Manchu*», «*Shanghai Express*») поєднували театральні фантазії про Китай,

викликаючи суперечки через використання образу Фу Манчу та екзотизовані стереотипи. Сам дизайнер заявляв, що прагнув передати уявний Китай – театр, колір і розкіш [16].

Творчість Джон Гальяно для власного бренду та *Christian Dior* демонструє тривалий інтерес до азійських тем – від етнічних прикрас народів Гуйчжоу до стилізації під Червону гвардію. Проте, використання революційної символіки, пов'язаної з Мао Цзедун, викликало критику через історичний контекст насильства Культурної революції [16].

Корейські мотиви почали активно з'являтися на європейських та американських подіумах із 2010-х років, значною мірою завдяки стрімкій популяризації К-поп індустрії, зокрема дорам із використанням традиційного одягу або його фантазійних інтерпретацій. «Незважаючи на свою рідкість у країні, ханбок почав з'являтися на міжнародних подіумах, зокрема в колекціях 2011 року від Каролін Еррери та Крістіана Діора представлені стилі, натхненні ханбоком» [9]. Модний дім *Chanel* звернувся до традиційного південнокорейського одягу для своєї круїзної колекції 2015/2016 років, представивши барвисту міжсезонну лінію на показі одягу в Сеулі. «Моделі також носили чорні перуки, натхненні династією Чосон, яка правила з 1392 по 1910 рік. Використовуючи палітру рожевого, помаранчевого, фіолетового, м'ятно-зеленого та королівського синього кольорів, креативний дизайнер Карл Лагерфельд сказав, що натхненний традиційним корейським одягом ханбок для цієї лінії» [17]. Варто зазначити, що попри розбіжності в естетичних підходах, провідні західні модельєри протягом тривалого часу надихалися східною тематикою, активно впроваджуючи азійські мотиви у свої колекції. Втім, повноцінний культурний обмін став можливим лише завдяки процесам глобалізації та інтеграції майстрів із Японії, Китаю та Південної Кореї у простір європейських та американських тижнів моди.

Інтеграція японської естетики в західний фешн-простір активізувалася у 1960–1970-х роках завдяки діяльності Ханае Морі, Кендзо Такади та Канса

Ямамото. Ці дизайнери майстерно поєднали традиційні елементи – багатошаровість, вільний силует, широкі рукави та розпис по шовку – із західними канонами, представивши екзотичний, але адаптований до глобального ринку стиль. Саме їхні пошуки заклали підвалини для використання східних конструктивних рішень у сучасному дизайні одягу. Але те що наразі асоціюється із японською хвилею на заході розпочалося на десятиліття пізніше. На початку 1980-х років два прогресивні модельєри з Японії, Рей Кавакубо з *Comme des Garçons* та Йоджі Ямамото, вперше представили свої колекції паризькій публіці, залишивши незабутній слід у світі моди. Обидва заснували свої відповідні бренди у рідній Японії за кілька років до цього – Кавакубо розпочала свій перший бізнес у 1975 році, а Ямамото – у 1972 році – але їхня «поява» на міжнародній арені мала далекосяжний вплив на весь світ моди. «Одяг, представлений Кавакубо та Ямамото в Парижі, представляв собою відхід від західних умовностей дизайну одягу, кидаючи виклик усталеним уявленням про гендер та красу. Фактично, їхні дизайни часто уникали пошиття, яке підкреслювало жіночі форми, на користь огортаючих шарів вільної тканини, абстрактних форм та асиметричних подолів. Віддаючи перевагу монохромному стилю, цей одяг часто був суцільно чорного кольору та виготовлявся з грубо текстурованих тканин, що створювало алюзію розривів або зносу» [18]. Ще одним співвітчизником Рея Кавакубо та Йоджі Ямамото, який передував їм у Парижі, був Іссея Міяке. Його роботи, що ґрунтувалися на традиційній японській філософії дизайну, тим не менш досліджували зв'язок між традиційним японським одягом та західною модою [18]. Захоплюючись дослідженням взаємозв'язку між одягом і тілом, він також почав розширювати межі технології обробки тканин. Донині покази Іссея Міяке користуються повагою завдяки оригінальним тканинам та інноваціям у технології одягу. «Міяке, Ямамото та Кавакубо поділяють схожі ідеали щодо того, як можна досягти відчуття простору, а отже, і життя в одязі. Проміжок між тілом та

одягом є особливо важливим у всіх їхніх роздумах про простір і є одним зі способів, за допомогою яких усі троє прагнуть створити життя у своєму одязі» [19].

Реакція на революційні дизайни японських майстрів, особливо Кавакубо та Ямамото була досить неоднозначною. Рецепція японського деконструктивізму у США початково була скептичною: вільний крій, необроблені краї та асиметрія сприймалися як заперечення традиційної елегантності. «На тлі розкішного гламуру 1980-х років, з його елегантними костюмами *Armani* на Уолл-стріт та світськими леді у *Versace*, унікальний бренд японської моди *Kawakubo* з його потертими тканинами та необробленими швами кинув виклик модному статус-кво» [20]. Домінування чорного кольору в колекціях хибно інтерпретували як естетизацію бідності чи депресії. Проте авторка Мелісса Марра-Альварес зазначає: «Насправді Кавакубо та Ямамото використовували чорні тканини для створення безформного, асексуального вигляду, а не як засіб викликати постапокаліптичні образи у своїх творіннях, як деякі пожартували. (...) Неминуче, ця художня філософія отримала певне позитивне визнання з боку західної публіки, оскільки деяких вразила складна конструкція та інтелектуальний підхід до дизайну, що проявлялися в її одязі» [18]. Згодом авангардний підхід обох майстрів довів свою прогресивність, ставши невід'ємною складовою західного модного дискурсу та створивши підґрунтя інтелектуальної моди.

Лінію японського авангарду та деконструктивізму активно продовжує Джунья Ватанабе, колишній закрійник *Comme des Garçon*, що заснував власний бренд під егідою CDG, його роботи відомі як «технокутюр», вирізняються інтелектуальною складністю та використанням інноваційного текстилю в архітектурних силуетах. [20] В цьому ж революційному руслі працює бренд *Sacai* (засновниця Тітосе Абе), що має наразі всі ознаки нової японської модної наддержави, що підтверджується колабораціями з такими гігантами, як *Apple* та *The North Face*. "Що *Sacai* вміє найкраще, так це

руйнує межі між повсякденним та звичайним одягом, створюючи одяг, який підходить для будь-якої нагоди. Натхненні спортивним стилем, речі часто поєднуються з двох різних предметів одягу, таких як бомбер М-А1, поєднаний зі спідницею" [20]. Інший знаковий японський дизайнер - Ніґо (Томоакі Нагао) буквально заклав основу сучасної стрітвір-індустрії. Заснувавши бренд A Bathing Ape (BAPE) у межах субкультури Ура-Хараджуку, він мимоволі сформував нову економічну стратегію ринку:

«Хоча це виникло радше через необхідність, ніж через стратегію, надзвичайно низький рівень продукції BAPE (Ніґо не міг дозволити собі створювати більше) означав, що продукція часто розпродавалася, що стало шаблоном для моделі ексклюзивності та дроп-релізу, з якою досі працюють більшість сучасних брендів вуличного одягу». [20] З 2021 року, обійнявши посаду художнього керівника Kenzo, дизайнер продовжує розвивати спадщину Кендзо Такади, поєднуючи фантазійну орнаментику засновника з ультрасучасною динамікою.

Китайські майстри дизайну одягу дещо пізніше здобули довіру західного модного істеблшменту. Однією з провідних тенденцій китайського дизайну стала екстравагантна розкіш у поєднанні з традиційними мотивами, що стабільно привертала увагу світової аудиторії. Показовими є колекції Го Пей, яка відродила традиції китайської вишивки й живопису, та Лоуренс Сюй, чії роботи поєднують західні конструктивні принципи з китайською символікою та ремісничими техніками. Водночас дизайнери китайського походження нерідко обирають стратегію орієнтації на мейнстримний сегмент. Прикладами є Філіп Лім і Александр Ванг – ключові представники «азійської хвилі» в західній модній індустрії, для якої характерні спорт-шик, комфортність, адаптивність до західного ринку та витончена іронічність, притаманна сучасній китайській естетиці. Іншого підходу до включення східної парадигми тримається Ума Ванг (*UMA WANG*) – одна з найбільш самобутніх представниць сучасного китайського дизайну,

чия творчість базується на безкомпромісній інтелектуальній моді. Її стиль визначають складні силуети, що деконструюють форму тіла, що не має гендерних та вікових кордонів та природна палітра кольорів, яка апелює до «споконвічності» та архаїки. [21]

Своє унікальне втілення китайський дизайн має і на чоловічому подіумі. Шон Суен (*Sean Suen*) – дизайнер авангардної чоловічої моди, чия творча концепція базується на естетичному діалозі між Сходом і Заходом. Його бекграунд у галузі образотворчого мистецтва та графічного дизайну зумовив особливу архітектоніку бренду, де прецизійність структури поєднується з високою художньою виразністю. «Зростання в Пекіні – місті, що вирує історичними пам'ятками, культурною спадщиною та динамічними перетинами між Сходом і Заходом – глибоко вплинуло на його творчий доробок». [22]

У його роботах чітко простежується принцип інтелектуальної доміанти, характерний для історичної китайської маскулінності. Ця модель мужності, що дещо втратила актуальність під тиском західних стандартів, сьогодні набуває нової релевантності через творчість Суена, пропонуючи альтернативу агресивним гендерним стереотипам.

Культурна експансія корейської ідентичності що впливає на світ вже біля 10 років, вплинула і на цікавість до фешн-індустрії. Корейські бренди одягу люкс-сегменту хоча і зарекомендували себе пізніше за японські та китайські вже завоювали прихильність поціновувачей неординарного та прогресивного дизайну в особливості в сегменті чоловічого вбрання. Так, Янмі Ву, яка є засновницею двох чоловічих брендів: *Wooyoungmi* та *Solid Homme*. І стала однією з найвпливовіших найуспішнішим незалежним дизайнерським брендом чоловічого одягу в Кореї. З У 1993 році Ву Янмі та кілька молодих друзів-дизайнерів започаткували «Нову хвилю» як платформу для молодих дизайнерів, де вони можуть демонструвати свої роботи. Це проклало шлях для сучасного Тижня моди в Сеулі. Довгий час ігнорування позаєвропейських дизайнерів

на заході врешті закінчився і для корейських брендів це стало можливістю продемонструвати власні пошуки що часто контрастують особливо в розрізі чоловічої моди. Окрім традиційної рафінованості закладеним *Solid Homme* та енергії деконструктивізму в *Wooyoungmi* оба лейбла несуть в собі заряд азійського інтелектуалізму, що все більше і більше вимагається західним ринком перенасиченим традиційною елегантністю миланської та паризької моди. Як зазначає Херальд Корея : «Творіння Ву відповідають ще одній умові предметів розкоші – універсалізму. Окрім врахування європейського клімату, Ву не змінює свої дизайни для закордонного ринку» [23].

Іншу стратегію демонструє бренд *Rokh*, орієнтований на абсорбцію східного та західного досвіду заради виведення нової естетичної гармонії. Дизайнер Рок Хван підкреслює глобальний характер свого підходу:

«Я вважаю *Rokh* громадянином світу. Важко точно визначити, як кожна країна впливає на мої дизайни, але я думаю, що це радше про загальну перспективу – бути відкритим та шукати натхнення всюди». Пріоритетом бренду є концепція позачасовості: «Мене справді задовольняє позачасовість колекції. Є речі, які можна носити знову і знову, легко інтегруючи в гардероб клієнта, і саме цього я завжди прагну досягти» [24]. Такий підхід робить *Rokh* репрезентативним прикладом сучасного корейського дизайну, що поєднує концептуальність із високою утилітарністю.

Наведені приклади демонструють багатовісний вплив далекосхідних дизайнерів на сучасний жіночий та чоловічий одяг. Дизайнери з Японії, Китаю та Південної Кореї формують нову світову парадигму, інтегруючи сталі елементи східного одягу – плаский крій, складне декорування та пріоритет естетики над сексуалізацією тіла, – а також інноваційні підходи: інтелектуалізацію, деконструктивну складність, позагендерну та позавікову інклюзивність. При цьому вони не протиставляють свою творчість західним канонам, а навпаки – вдало адаптують їх, збагачуючи глобальний модний процес.

**Висновки.** Отже, можна констатувати, що кроскультурна конвергенція східного і західного костюма в дизайні одягу є однією з найвпливовіших течій глобального модного простору. У ході дослідження виявлено особливості сприйняття азійського вбрання крізь призму тривалого захоплення Заходу орієнталізмом, а також з'ясовано специфіку творчих методів Сходу й Заходу та потенціал їх синтезу в умовах глобалізації. Проаналізовано роботи західних дизайнерів, які систематично інтегрують азійські мотиви у свої колекції, і східних митців, що успішно діють на глобальному ринку та презентують дизайн на західних тижнях моди. Доведено, що завдяки цьому процесу далекосхідний дизайн не лише інтегрується у світовий модний простір, а й підносить мистецтво костюма на новий рівень, відкриваючи додаткові вектори розвитку.

#### Література:

1. Zhang J. An Exploration of the Differences between Chinese and Western Costumes in the Archaeological Archaeology of Clothing Culture in Different Periods of Agriculture. *Journal of Environmental and Public Health*. 2022. DOI: 10.1155/2022/2491990.
2. Fukai A. How the Kimono Has Influenced the World of Fashion. Nippon.com. URL: <https://www.nippon.com/en/japan-topics/g00646/how-the-kimono-has-influenced-the-world-of-fashion.html> (дата звернення: 11.09.2025).
3. Tomašić Z. Traditional Chinese Art and Culture in Contemporary Chinese Fashion. MA thesis. Department of Asian, African and South Mediterranean Studies. Ca' Foscari University of Venice. URL: <https://unitesi.unive.it/retrieve/9932ba8b-a6da-44aa-8df1-198872de4360/882506-1259832.pdf> (дата звернення: 26.01.2026).
4. Webb L. Fashion: Hanbok. 10 Magazine. URL: <https://10mag.com/fashion-style-hanbok-korean-traditional-dress/>(дата звернення: 14.02.2026).
5. Martin R., Koda H. Orientalism: Visions of the East in Western Dress. *The Metropolitan Museum of Art Timeline of Art History*. 2004. URL: [https://www.metmuseum.org/toah/hd/orie/hd\\_orie.htm](https://www.metmuseum.org/toah/hd/orie/hd_orie.htm) (дата звернення: 11.01.2026).
6. Hollander A. Sex and Suits: The Evolution of Modern Dress. New York: Bloomsbury Academic. 2016. 288 p.
7. Hanfu. *Wikipedia*, The Free Encyclopedia. URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/Hanfu> (дата звернення: 11.01.2026).

8. Steele V. (ed.). *Encyclopedia of Clothing and Fashion*. New York: Charles Scribner's Sons. 2004. 557 p. ISBN 0684313979.
9. Hanbok: Korean Traditional Dress. 10 Magazine. URL: <https://10mag.com/fashion-style-hanbok-korean-traditional-dress/> (дата звернення: 11.12.2025).
10. Кімоно. *Вікіпедія: вільна енциклопедія*. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Кімоно> (дата звернення: 11.09.2025).
11. Micaelli C. How did Japanese fashion influencing Western fashion begin. *Research Catalogue*. 2023. URL: <https://www.researchcatalogue.net/view/2123601/2123602> (дата звернення: 04.02.2026).
12. Ma Y., Bian X. Research on Chinese Influence on Western Fashion Based on Fashion Magazine from 1970 to 1979. *Asian Social Science*. 2020. 16(2), P. 11–18. DOI: 10.5539/ass.v16n2p11.
13. Vionnet. *Research Catalogue*. URL: <https://www.researchcatalogue.net/view/2123601/2123602> (дата звернення: 11.12.2025).
14. Goldstone V. J'adore Japan: Dior's Enduring Love Affair With Japanese Culture. *Showstudio*. 2025. URL: <https://www.showstudio.com/news/jadore-japan-tracing-diors-love-of-japanese-culture> (дата звернення: 12.02.2026).
15. SS25 Suminagashi. Dries Van Noten. URL: <https://www.driesvannoten.com/pages/ss25-suminagashi> (дата звернення: 01.02.2026).
16. Grell-Chen M. Antithesis Versus Inspiration: Chinese Clothing In The Eyes Of Western Theorists And Fashion Designers. *Intercultural Relations*. 2020. No 2(8). P. 81–99. <https://doi.org/10.12797/RM.02.2020.08.05>
17. Chanel Looks to Traditional South Korean Style for Cruise Line. *The Straits Times*. URL: <https://www.straitstimes.com/lifestyle/chanel-looks-to-traditional-south-korean-style-for-cruise-line> (дата звернення: 15.02.2026).
18. Marra-Alvarez M. When the West Wore East: Rei Kawakubo, Yohji Yamamoto and The Rise of the Japanese Avant-Garde in Fashion. *Museum at FIT*. 2010. URL: [https://www.kci.or.jp/articles/files/D57\\_Marra\\_Alvarez\\_e\\_When\\_the\\_West\\_Wore\\_East.pdf](https://www.kci.or.jp/articles/files/D57_Marra_Alvarez_e_When_the_West_Wore_East.pdf) (дата звернення: 15.02.2026).
19. MacBeth L. Gap and Voids: The Space Between in the Work of Issey Miyake, Rei Kawakubo and Yohji Yamamoto. URL: [https://www.academia.edu/23671363/Gap\\_and\\_Voids\\_the\\_space\\_between\\_in\\_the\\_work\\_of\\_Issey\\_Miyake\\_Rei\\_Kawakubo\\_and\\_Yohji\\_Yamamoto](https://www.academia.edu/23671363/Gap_and_Voids_the_space_between_in_the_work_of_Issey_Miyake_Rei_Kawakubo_and_Yohji_Yamamoto) (дата звернення: 21.01.2026).
20. Yu S. The Top Japanese Fashion Designers. *Farfetch : webpage*. 2020. URL: <https://www.farfetch.com/gt/style-guide/brands/best-japanese-fashion-designers/> (дата звернення: 20.02.2026)
21. Uma Wang. Business of Fashion. URL: <https://www.businessoffashion.com/people/uma-wang/> (дата звернення: 11.09.2025).
22. Phillips E. Ten Meets Sean Suen, The Beijing-Based Designer Rewriting The Rules Of Menswear. *10 Magazine*. 2025. URL: <https://10magazine.com/ten-meets-sean-suen-beijing-designer-menswear/> (дата звернення: 01.02.2026)
23. The Korea Herald. URL: <https://www.koreaherald.com/article/3647735> (дата звернення: 11.02.2026).
24. Rok Hwang: We're a Citizen of the World. *L'Officiel Baltic*. URL: <https://www.lofficielbaltic.com/fashion/rok-hwang-we-re-a-citizen-of-the-world> (дата звернення: 03.01.2026).

### References:

1. Zhang, J. (2022). An Exploration of the Differences between Chinese and Western Costumes in the Archaeological Archaeology of Clothing Culture in Different Periods of Agriculture. *Journal of Environmental and Public Health*. DOI: 10.1155/2022/2491990.
2. Fukai, A. (2025). How the Kimono Has Influenced the World of Fashion. *Nippon.com*. Retrieved from: <https://www.nippon.com/en/japan-topics/g00646/how-the-kimono-has-influenced-the-world-of-fashion.html> (дата звернення: 11.09.2025).
3. Tomašić, Z. (2026). Traditional Chinese Art and Culture in Contemporary Chinese Fashion. MA thesis. Department of Asian, African and South Mediterranean Studies. Ca' Foscari University of Venice. Retrieved from: <https://unitesi.unive.it/retrieve/9932ba8b-a6da-44aa-8df1-198872de4360/882506-1259832.pdf> (дата звернення: 26.01.2026).
4. Webb, L. (2026). Fashion: Hanbok. 10 Magazine. Retrieved from: <https://10mag.com/fashion-style-hanbok-korean-traditional-dress/> (дата звернення: 14.02.2026).
5. Martin, R., & Koda, H. (2004). *Orientalism: Visions of the East in Western Dress*. The Metropolitan Museum of Art Timeline of Art History. Retrieved from: [https://www.metmuseum.org/toah/hd/orie/hd\\_orie.htm](https://www.metmuseum.org/toah/hd/orie/hd_orie.htm) (дата звернення: 11.01.2026).
6. Hollander, A. (2016). *Sex and Suits: The Evolution of Modern Dress*. New York: Bloomsbury Academic.
7. Wikipedia (2026). Hanfu. Wikipedia, The Free Encyclopedia. Retrieved from: <https://en.wikipedia.org/wiki/Hanfu> (дата звернення: 11.01.2026).

8. Steele, V. (Ed.). (2004). *Encyclopedia of Clothing and Fashion*. New York: Charles Scribner's Sons.
9. 10 Magazine (2025). *Hanbok: Korean Traditional Dress*. 10 Magazine. Retrieved from: <https://10mag.com/fashion-style-hanbok-korean-traditional-dress/> (дата звернення: 11.12.2025).
10. Wikipedia (2025). *Kimono [Kimono]*. Wikipedia: vilna entsyklopediia. Retrieved from: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Кімоно> (дата звернення: 11.09.2025) [in Ukrainian].
11. Micaelli, C. (2023). *How did Japanese fashion influencing Western fashion begin*. Research Catalogue. Retrieved from: <https://www.researchcatalogue.net/view/2123601/2123602> (дата звернення: 04.02.2026).
12. Ma, Y., & Bian, X. (2020). *Research on Chinese Influence on Western Fashion Based on Fashion Magazine from 1970 to 1979*. *Asian Social Science*. 16(2). 11–18. DOI: 10.5539/ass.v16n2p11.
13. Research Catalogue (2025). *Vionnet*. Research Catalogue. Retrieved from: <https://www.researchcatalogue.net/view/2123601/2123602> (дата звернення: 11.12.2025).
14. Goldstone, V. (2025). *J'adore Japan: Dior's Enduring Love Affair With Japanese Culture*. Showstudio. Retrieved from: <https://www.showstudio.com/news/jadore-japan-tracing-diors-love-of-japanese-culture> (дата звернення: 12.02.2026).
15. Dries Van Noten (2026). *SS25 Suminagashi*. Dries Van Noten. Retrieved from: <https://www.driesvannoten.com/pages/ss25-suminagashi> (дата звернення: 01.02.2026).
16. Grella-Chen, M. (2020). *Antithesis Versus Inspiration: Chinese Clothing In The Eyes Of Western Theorists And Fashion Designers*. *Intercultural Relations*. No 2(8). 81–99. <https://doi.org/10.12797/RM.02.2020.08.05>
17. The Straits Times (2026). *Chanel Looks to Traditional South Korean Style for Cruise Line*. The Straits Times. Retrieved from: <https://www.straitstimes.com/lifestyle/chanel-looks-to-traditional-south-korean-style-for-cruise-line> (дата звернення: 15.02.2026).
18. Marra-Alvarez, M. (2010). *When the West Wore East: Rei Kawakubo, Yohji Yamamoto and The Rise of the Japanese Avant-Garde in Fashion*. Museum at FIT. Retrieved from: [https://www.kci.or.jp/articles/files/D57\\_Marra\\_Alvarez\\_e\\_When\\_the\\_West\\_Wore\\_East.pdf](https://www.kci.or.jp/articles/files/D57_Marra_Alvarez_e_When_the_West_Wore_East.pdf) (дата звернення: 15.02.2026).
19. MacBeth, L. (2026). *Gap and Voids: The Space Between in the Work of Issey Miyake, Rei Kawakubo and Yohji Yamamoto*. Academia.edu. Retrieved from: [www.academia.edu](http://www.academia.edu) (дата звернення: 21.01.2026).
20. Yu, S. (2020). *The Top Japanese Fashion Designers*. Farfetch: webpage. Retrieved from: <https://www.farfetch.com/gt/style-guide/brands/best-japanese-fashion-designers/> (дата звернення: 20.02.2026).
21. Business of Fashion (2025). *Uma Wang*. Business of Fashion. Retrieved from: <https://www.businessoffashion.com/people/uma-wang/> (дата звернення: 11.09.2025).
22. Phillips, E. (2025). *Ten Meets Sean Suen, The Beijing-Based Designer Rewriting The Rules Of Menswear*. 10 Magazine. Retrieved from: <https://10magazine.com/ten-meets-sean-suen-beijing-designer-menswear/> (дата звернення: 01.02.2026).
23. The Korea Herald (2026). *The Korea Herald*. Retrieved from: <https://www.koreaherald.com/article/3647735> (дата звернення: 11.02.2026).
24. L'Officiel Baltic (2026). *Rok Hwang: We're a Citizen of the World*. L'Officiel Baltic. Retrieved from: <https://www.lofficielbaltic.com/fashion/rok-hwang-we-re-a-citizen-of-the-world> (дата звернення: 03.01.2026).

Дата першого надходження статті до видання: 16.03.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 13.04.2026

Дата публікації (оприлюднення) статті: 30.04.2026



Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)