УДК 687.01:316.346.2 **DOI** https://doi.org/10.34142/27091805.2026.7.02.30

Чайковська Софія
здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності «Дизайн» факультету дизайну, Київський національний університет технологій та дизайну, *Київ, Україна*
email: scajkovska2004@gmail.com

Чупріна Наталія
доктор мистецтвознавства, професор, професор кафедри мистецтва та дизайну костюма, Київський національний університет технологій та дизайну, *Київ, Україна*
email: chouprina@ukr.net

Люклян Надія
доктор філософії, старший викладач кафедри мистецтва та дизайну костюма, Київський національний університет технологій та дизайну, *Київ, Україна*
email: liuklian.nr@knutd.edu.ua

Sofiia Chaikovska
Master's student, specialty "Design", Faculty of Design, Kyiv National University of Technologies and Design,
Kyiv, Ukraine
email: scajkovska2004@gmail.com

Nataliia Chuprina
Doctor of Art Studies, Professor, Professor at the Department of Art and Fashion Design, Kyiv National University of Technologies and Design,
Kyiv, Ukraine
email: chouprina@ukr.net

Nadiia Liuklian
PhD, Senior Lecturer at the Department of Art and Fashion Design, Kyiv National University of Technologies and Design,
Kyiv, Ukraine
email: liuklian.nr@knutd.edu.ua

СОЦІАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ФЕМІНІЗМУ ЯК КОНЦЕПТУАЛЬНА ОСНОВА КОЛЕКЦІЇ ОДЯГУ

Мета дослідження: визначити засоби художньо-образної інтерпретації соціальних проблем фемінізму в дизайні одягу та можливості їх використання як концептуальної основи для авторської колекції.

Методи: застосовано аналіз і узагальнення наукових джерел, порівняльний та образно-стилістичний аналіз дизайнерських колекцій, метод художньо-образної інтерпретації соціальної проблематики засобами дизайну одягу, а також ескізне проєктування.

Наукова новизна: конкретизовано підходи до трансформації соціальних проблем фемінізму у художньо-конструктивні рішення костюма та визначено їх потенціал у формуванні концепції сучасної колекції одягу; систематизовано взаємозв'язок соціальних явищ, причин їх виникнення та засобів їх візуальної інтерпретації в дизайні одягу.

Результати: проаналізовано способи репрезентації феміністичної проблематики у сучасному дизайні одягу. На прикладі колекцій Dior (М. Г. К'юрі), Chanel (К. Лагерфельд) і Celine (Ф. Файло) виявлено різні підходи до втілення феміністичних ідей – від прямого текстового повідомлення до художньої метафори та переосмислення жіночого образу через крій і стиль. На прикладі гендерної нерівності на роботі та внутрішньої мізогінії визначено засоби їх художньої інтерпретації через силует, форму, конструктивні лінії, пропорції, матеріали та декоративні елементи. Систематизовані рішення використано під час розроблення ескізних пропозицій авторської колекції.

Висновки: соціальна проблематика фемінізму може слугувати змістовою основою дизайнерської концепції та бути втілена в костюмі не шляхом буквального відтворення, а через систему асоціативних художньо-образних і конструктивних засобів. Такий підхід дає змогу поєднати соціальний зміст із формотворенням та створенням цілісного образу колекції.

Ключові слова: дизайн одягу, колекція одягу, костюм, феміністичні ідеї, гендерна нерівність, внутрішня мізогінія, візуальна мова.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International

SOCIAL ISSUES OF FEMINISM AS A CONCEPTUAL BASIS FOR A CLOTHING COLLECTION

The purpose of the study: to identify the means of artistic and visual interpretation of the social issues of feminism in fashion design and to determine the possibilities of using them as a conceptual basis for an original clothing collection.

Methods: analysis and synthesis of scholarly sources, comparative and stylistic analysis of designer collections, the method of artistic and visual interpretation of social issues through fashion design, and sketch design.

Scientific novelty: approaches to transforming the social issues of feminism into artistic and constructive costume solutions are specified, and their potential for shaping the concept of a contemporary clothing collection is identified; the relationship between social phenomena, their causes, and the means of their visual interpretation in fashion design is systematized.

Results: the ways in which feminist issues are represented in contemporary fashion design are analysed. The collections of Dior (M. G. Chiuri), Chanel (K. Lagerfeld), and Celine (P. Philo) reveal different approaches – from a direct textual message to artistic metaphor and the rethinking of the female image through cut and style. Using workplace gender inequality and internalised misogyny as examples, the means of their artistic interpretation are identified through silhouette, form, construction lines, proportions, materials, and decorative elements. The systematised solutions were applied in developing sketch proposals for an original clothing collection.

Conclusions: the social issues of feminism can serve as a meaningful basis for a design concept and can be embodied in costume not through literal representation but through a system of associative artistic, visual, and constructive means. This approach makes it possible to combine social meaning with form development and the creation of a coherent collection image.

Keywords: fashion design, clothing collection, costume, feminist ideas, gender inequality, internalised misogyny, visual language.

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями. Сучасна мода виходить за межі суто практичної функції одягу. Через форму, силует, матеріали, колір і характер декоративних елементів дизайнер може передавати певні ідеї та ставлення до суспільних процесів. Одяг стає частиною візуальної культури, за допомогою якої людина формує власний образ і демонструє свою позицію. У цьому контексті особливого значення набуває звернення до феміністичної проблематики, оскільки питання становища жінки, її самостійності, права на власне тіло та рівні можливості продовжують залишатися актуальними.

Зв'язок фемінізму з модою сформувався не сьогодні. Зміни у становищі жінок протягом XX століття супроводжувалися змінами в одязі. Скорочення довжини спідниць, поява зручнішого повсякденного одягу, поширення брючних костюмів та поступова відмова від конструкцій, які суттєво обмежували рухи, були пов'язані не тільки зі зміною модних тенденцій. Вони відображали ширші зміни у способі життя та соціальних ролях жінок (Wallenberg, 2023).

У сучасному дизайні одягу феміністичні ідеї можуть проявлятися по-різному. Дизайнер може звертатися до конкретної соціальної проблеми, переосмислювати традиційні уявлення про жіночність або працювати з образом жіночого тіла. Важливим є не буквальне зображення проблеми, а пошук візуальної мови, через яку вона може бути передана.

Для цього дослідження було обрано дві проблеми, які безпосередньо пов'язані з повсякденним досвідом жінок: гендерну нерівність на роботі та внутрішню мізогінію. Перша стосується нерівних можливостей жінок і чоловіків у професійному середовищі, друга –засвоєння жінками негативних стереотипів щодо інших жінок або самих себе. Обидва явища мають різні прояви, тому потребують окремого розгляду та пошуку відповідних засобів художньої інтерпретації.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Теоретичною основою дослідження стали праці, у яких розглядається взаємозв'язок моди, фемінізму та дизайну. Одним із важливих джерел є дослідження Г. Кокоріної, І. Давиденко, К. Мінченко та К. Лісовської «Мода 1920-х: фемінізм та механізми радикального оновлення образу» (2023). Автори розглядають зміни жіночого образу у 1920-х роках у зв'язку із соціальними та культурними процесами цього періоду. Особлива увага приділяється тому, як зміна становища жінки вплинула на зовнішній вигляд і костюм. Для цього дослідження важливо, що одяг розглядається не ізольовано від суспільства, а як частина ширших змін у культурі.

Інший напрям представлений у роботі I. Azeem, S. Nasreen та A. Ali «Fashion and Feminism: Role of Clothing in Shaping Feminist Discourses and Identities» (2025). У ній одяг розглядається як засіб самовираження, формування ідентичності та соціальної комунікації. Автори звертають увагу на історичний зв'язок моди з феміністичними рухами, а також на сучасні питання репрезентації жіночого тіла, різноманіття зовнішності та використання одягу як форми висловлювання. Ця робота дає підстави розглядати костюм як візуальний об'єкт та як засіб передачі соціального повідомлення.

Важливим для дослідження дизайну з феміністичної позиції є також праця C. Buckley «Made in Patriarchy: Toward a Feminist Analysis of Women and Design» (1986). Авторка розглядає дизайн через призму патріархальних відносин та звертає увагу на різні ролі жінок у дизайнерській культурі, як дизайнерок, користувачок і об'єктів дизайну. Такий підхід дозволяє ширше подивитися на одяг і поставити питання не тільки про те, що саме створює дизайнер, а й про те, для кого створюється цей одяг, які уявлення про жінку він підтримує та чи може він їх змінювати.

Розглянуті праці показують, що зв'язок фемінізму та дизайну одягу може досліджуватися з різних позицій: через історичні зміни жіночого образу, через одяг як засіб ідентифікації та комунікації, а також через критичний аналіз самої системи дизайну. Водночас для практичного проєктування залишається важливим питання, яким чином конкретні соціальні проблеми можна перевести у візуальні та конструктивні рішення костюма. Саме цьому аспекту приділяється подальша увага в межах цього дослідження.

Формулювання цілей та завдань статті. Проаналізувати можливості використання феміністичної проблематики в сучасному дизайні одягу на прикладі двох соціальних явищ: гендерної нерівності на роботі та внутрішньої мізогінії, визначити основні характеристики цих соціальних явищ і причини їх виникнення. Систематизувати художні та конструктивні засоби їх візуального представлення через форму, силует, конструкцію й декор, а також застосувати отримані результати під час розробки авторської колекції одягу.

Виклад основного матеріалу. Одним із способів простежити можливості феміністичного висловлювання в дизайні є аналіз уже існуючих колекцій. У роботі Марії Грації К'юрі для бренду Dior феміністична проблематика стала однією з помітних складових творчого підходу дизайнерки. У своїй першій колекції для Dior сезону весна-літо 2017 року вона створила футболку з написом «We Should All Be Feminists» (іл. 1), що відсилає до однойменного есе нігерійської феміністської письменниці Чімаманди Нґозі Адічі (Phelps, 2016). У цьому випадку текст стає частиною одягу та перетворює його на носій певного повідомлення.



Іл. 1. Dior, колекція весна-літо 2017 Ready-to-Wear (Phelps, 2016)

У колекції Dior Couture весна-літо 2020 року К'юрі продовжила роботу з феміністичною тематикою через співпрацю з американською художницею Джуді Чикаго (Vogue UA, 2020). Показ був пов'язаний з масштабною інсталяцією «The Female Divine», що зверталася до теми жіночої сили, творчості та недостатньої представленості жінок в історії західного мистецтва. У самій колекції дизайнерка звернулася до античних драпірувань, переосмислюючи їх у жакетах, спідницях, брюках та інших елементах костюма. Пластичні силуети, ручне драпірування та відсутність надмірного акцентування на сексуальності тіла створювали образ жінки, для якого важливими стають свобода руху, самостійність і внутрішня сила (іл. 2).



Іл. 2. Dior Couture, колекція весна-літо 2020 (Vogue UA, 2020)

Інший підхід можна побачити у показі бренду Chanel сезону весна-літо 2015 року під керівництвом Карла Лагерфельда (іл. 3). Простір показу був стилізований під паризьку вулицю, а фінальна частина перетворилася на театралізовану демонстрацію. Моделі виходили з плакатами та мегафонами, на яких були розміщені феміністичні гасла, зокрема «History Is Her Story», «He for She» та «Ladies First» (Blanks, 2014b; NOWFASHION, 2014). Тут соціальна проблематика передавалася

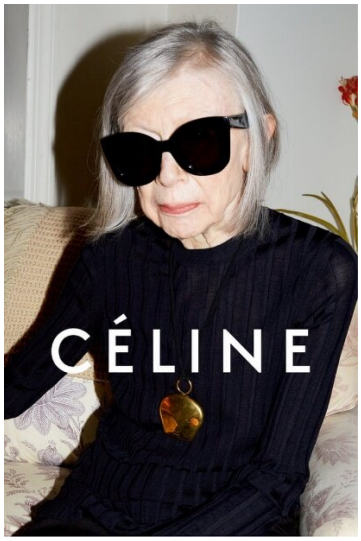
не тільки через одяг, а й через сценографію, поведінку моделей і загальну атмосферу показу. Цей приклад показує, що дизайнерське висловлювання може формуватися з поєднання костюма та контексту його презентації.



Іл. 3. Chanel, колекція весна-літо 2015 Ready-to-Wear (NOWFASHION, 2014)

Відмінний підхід демонструвала Фібі Файло під час роботи в бренді Celine. Її творчість часто пов'язують із сучасним переосмисленням жіночності через функціональність, зручність і впевненість (Єрмоленко, 2025). У колекціях дизайнерки переважали чіткі конструкції, стримані кольори, об'ємні пальта, костюми та практичні аксесуари (Blanks, 2014a, 2014b; Phelps, 2011, 2012). Жіночий образ при цьому не будувався на необхідності підкреслювати тіло або відповідати певному уявленню про сексуальність. Значну роль відігравала сама жінка, її комфорт і можливість вільно використовувати одяг у повсякденному житті.

Показовим є також рекламний підхід Celine сезону весна-літо 2015 року (іл. 4), де головною героїнею стала американська письменниця Джоан Дідіон (Codinha, 2015). Замість молодої моделі було обрано відому жінку з великим професійним досвідом. Такий вибір зміщував увагу з віку та традиційних уявлень про жіночу привабливість на особистість і професійну діяльність.



Іл. 4. Джоан Дідіон у рекламній кампанії Celine, 2015 (Codinha, 2015)

Варто зазначити, що проаналізовані приклади відрізняються між собою. Марія Грація К'юрі використовує пряме текстове повідомлення та художню співпрацю, Карл Лагерфельд звертається до образу протесту, а Фібі Файло працює більш опосередковано – через форму, функціональність та характер жіночого образу. При цьому в усіх випадках одяг стає засобом формування певного погляду на жінку.

Для власної практичної роботи було вирішено зосередитися на двох явищах: гендерній нерівності на роботі та внутрішній мізогінії. Вибір саме цих проблем пов'язаний із тим, що вони мають різний характер і тому дають можливість перевірити різні способи візуальної передачі соціального змісту. Гендерна нерівність проявляється переважно у зовнішньому соціальному середовищі: нерівних професійних можливостях, оплаті праці, доступі до керівних посад, стереотипному сприйнятті професійних здібностей (Stamarski & Son Hing, 2015; Taparia & Lenka, 2022). Внутрішня мізогінія має більш прихований характер. Вона може проявлятися у порівнянні себе з іншими жінками, знеціненні їхніх досягнень, критиці зовнішності або прийнятті стереотипних уявлень про те, якою «повинна» бути жінка (Dehlin & Galliher, 2019; Einhorn, 2021).

Для подальшої роботи ці явища було розкладено на кілька складових: саме явище, його характерні ознаки, причини виникнення та можливі засоби художньої передачі у костюмі (табл. 1). Такий поділ допомагає перейти від загального опису проблеми до конкретних дизайнерських рішень.

Таблиця 1. Взаємозв'язок соціальних явищ та засобів їх візуальної інтерпретації в дизайні одягу

Явище	**Коротке тезове пояснення**	**Причини виникнення**	**Варіанти втілення в дизайні одягу та обґрунтування**	**Візуальна ілюстрація**
Гендерна нерівність на роботі	Нерівні професійні можливості жінок і чоловіків, різний доступ до керівних посад, оплати праці та кар'єрного розвитку. Одним із проявів є «скляна стеля» – невидимі бар'єри для професійного просування жінок.	Гендерні стереотипи; традиційний розподіл професійних і сімейних ролей; недооцінювання професійних здібностей жінок; нерівний розподіл домашньої праці; упередження щодо жінок на керівних посадах.	Чітка лінія плечей, прямий силует, вертикальні конструктивні лінії, костюмні елементи, структуровані форми. Жорсткі конструкції можуть передавати необхідність постійно підтверджувати власну компетентність і займати своє місце в системі.	 Жакет вовняний двобортний оверсайз з підплічниками від Bazhane (BÁZHANE, n.d.)
Внутрішня мізогінія	Засвоєння жінками негативних стереотипів щодо інших жінок або самих себе. Може проявлятися через конкуренцію, знецінення, порівняння зовнішності.	Невпевненість у собі; тиск суспільства; нав'язані стандарти зовнішності; конкуренція між жінками; виховання в умовах гендерних стереотипів; прагнення відповідати уявленню про «правильну» жіночність.	Корсетні форми, шнурівка, акцентування талії, обтислі силуети, прозорі й напівпрозорі матеріали, поєднання відкритих і закритих ділянок тіла, нашарування та контраст різних фактур. Корсет і шнурівка можуть передавати відчуття обмеження та необхідності відповідати певним вимогам до жіночого тіла.	 Стилізація образу з корсетом від FROLOV (FROLOV, n.d.)

Запропоновані у табл. 1 засоби не розглядаються як буквальні символи певних соціальних проблем. Їхнє значення формується завдяки поєднанню форми, конструкції, матеріалу та зага-

льного образу. Наприклад, строгий жакет сам по собі не означає гендерну нерівність, однак його конструктивні особливості можуть бути використані для створення асоціацій із професійним середовищем, владою та необхідністю відповідати певним вимогам. Саме цей принцип було використано під час розробки авторської колекції. Основою став пошук не прямої ілюстрації соціальних проблем, а візуальних відповідників, які можуть передавати їх через силует, пропорції, конструктивні лінії та декоративні елементи.

На наступному етапі було розроблено ескізні пошуки для двох тематичних блоків (іл. 5). Перший блок присвячений гендерній нерівності на роботі. У ньому основну увагу зосереджено на структурованих формах, елементах костюма, чітких лініях і співвідношенні об'ємів. В основу покладено образ жінки у професійному середовищі, де одяг стає своєрідною формою захисту та способом заявити про власну присутність.



Іл. 5. Ескізний пошук образів, присвячених проблемі гендерної нерівності на роботі

Під час подальшого опрацювання ескізів увага приділялася тому, щоб конструктивні рішення не перетворилися на буквальну імітацію чоловічого костюма. Завдання полягало в іншому – показати, як жінка використовує структурований одяг у середовищі, де від неї можуть очікувати відповідності певній моделі професійної поведінки. Тому поряд із прямими формами та костюмними елементами передбачено використання жіночних деталей, які вступають із ними у взаємодію.

У блоці, присвяченому внутрішній мізогінії, ці положення були переведені у форму корсетних конструкцій, шнурівки, обтислих силуетів та акцентування окремих ділянок тіла (іл. 6). Важливу роль відіграє поєднання відкритих і закритих елементів: прозорих рукавів, напівпрозорих шарів, коротких виробів та більш закритих конструкцій. Таке поєднання створює суперечливий образ, у якому одночасно присутні прагнення відповідати усталеному уявленню про жіночність і спроба поставити його під сумнів. Корсетні елементи та шнурівка у цьому випадку набувають подвійного значення: вони формують силует, але водночас можуть сприйматися як символ обмеження тіла певними нормами. Саме через таке протиставлення у колекції передається внутрішній характер проблеми.



Іл. 6. Ескізний пошук образів, присвячених проблемі внутрішньої мізогінії

На етапі ескізування окремі декоративні елементи поступово трансформуються відповідно до змісту образу. Наприклад, традиційно жіночний декор може бути збільшений, повторений або частково деформований. Це дає змогу відійти від сприйняття декоративності як простої прикраси та використати її як засіб передачі певного психологічного та соціального змісту.

Під час розробки колекції було розглянуто дві актуальні соціальні проблеми — гендерну нерівність у професійному середовищі та внутрішню мізогінію. Їхня художня інтерпретація втілена у двох проєктних блоках. Розроблені ескізи демонструють, яким чином за допомогою таких засобів візуальної мови, як силуети, форми, конструктивні лінії, пропорції, фактури та відтінки, можна розкрити складні суспільні явища. Зокрема, у блоці, присвяченому гендерній нерівності, переважають спокійні темні тони із поступовим додаванням традиційно «жіночих» кольорів (рожевого та червоного), стримані лаконічні форми, силуети з широкими плечима, а також використано прийом перебільшення через надмірну кількість краваток. Своєю чергою, блок внутрішньої мізогінії розкривається через затягнуті тісні корсети зі шнурівкою та драпірування, які візуально стискають тіло, а також колючі металеві елементи; тут темна гама поступово витісняється яскравішими й освіжаючими відтінками. Такий підхід підтверджує, що костюм може слугувати дієвим інструментом для осмислення соціальних викликів, перетворюючи їх на цілісні художньо-конструктивні рішення.

Висновки. У результаті дослідження було розглянуто можливості використання феміністичної проблематики у сучасному дизайні одягу. Аналіз наукових праць показав, що взаємозв'язок фемінізму та моди може розглядатися через історичні зміни жіночого образу, одяг як засіб ідентичності та соціальної комунікації, а також критичний аналіз ролі жінки у системі дизайну.

Аналіз творчості таких відомих дизайнерів, як Марія Грація К'юрі, Карл Лагерфельд і Фібі Файло, продемонстрував різні підходи до втілення соціальної проблематики в моді. Феміністичне повідомлення може бути сформульоване через текст, як у випадку колекцій бренду Dior, передане через сценографію та образ протесту, як у Chanel, або виражене більш опосередковано через функціональність, конструкцію та характер жіночого образу, як у колекціях Celine.

Авторські внески згідно з CRediT / Author Contributions (CRediT)
Чайковська Софія – концептуалізація, методологія, проведення дослідження, збір та курація даних, написання чернетки.
Чупріна Наталія – наукове керівництво, формальний аналіз, валідація результатів.
Люклян Надія – наукове керівництво, огляд, редагування та доопрацювання тексту.

Фінансування / Funding
Дослідження здійснено без залучення зовнішнього фінансування.

Етика та згода учасників / Ethics and Informed Consent
Не застосовується.

Дозволи на зображення / Image Permissions
Фотографії колекцій і виробів (іл. 1–4, табл. 1) наведено з науково-аналітичною метою як цитування з посиланням на джерела. Ескізи (іл. 5–6) виконано авторами.

Доступність даних / Data Availability
Не застосовується.

Використання Штучного Інтелекту / Use of Artificial Intelligence
Інструменти штучного інтелекту використовувалися для перевірки орфографії, граматики, пунктуації та мовно-стилістичного редагування тексту. Штучний інтелект не використовувався для формування наукової концепції, проведення дослідження, аналізу отриманих результатів або формулювання наукових висновків. Остаточна перевірка та відповідальність за зміст статті належать авторам.

Конфлікт інтересів / Conflict of Interest
Автори підтверджують відсутність будь-якого конфлікту інтересів – фінансового, особистого, авторського чи іншого, – який міг би позначитися на проведенні дослідження або на викладених у статті результатах.

Надійшла до редакції / Received: 07.09.2026
Прорецензовано / Peer-reviewed: 28.09.2026
Рекомендовано до публікації / Accepted for publication: 12.10.2026

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

Єрмоленко, А. (2025, 14 грудня). *Історія Фібі Файло – легендарної архітекторки мінімалізму і законодавиці сучасних трендів*. Harper's Bazaar Ukraine. https://harpersbazaar.com.ua/fashion/collections/fibi-faylo-arkhitektorka-minimalizmu-i-vtilennya-svidomoho-stylyu/

Кокоріна, Г., Давиденко, І., Мінченко, К., & Лісовська, К. (2023). Мода 1920-х: фемінізм та механізми радикального оновлення образу. In *Актуальні проблеми сучасного дизайну: збірник матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції* (Т. 1, с. 193–196). Київський національний університет технологій та дизайну. https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/24629

Azeem, I., Nasreen, S., & Ali, A. (2025). Fashion and feminism: Role of clothing in shaping feminist discourses and identities. *Wah Academia Journal of Social Sciences*, *4*(1), 603–617. **https://doi.org/10.63954/WAJSS.4.1.31.2025**

BÁZHANE. (n.d.). *Жакет вовняний двобортний оверсайз з підплічниками*. https://bazhane.com.ua/oversajz-zhaket-1014-10-korichnevij/

Blanks, T. (2014a, March 1). *Celine fall 2014 ready-to-wear collection*. Vogue. https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2014-ready-to-wear/celine

Blanks, T. (2014b, September 30). *Chanel spring 2015 ready-to-wear collection*. Vogue. https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2015-ready-to-wear/chanel

Buckley, C. (1986). Made in patriarchy: Toward a feminist analysis of women and design. *Design Issues*, *3*(2), 3–14. **https://doi.org/10.2307/1511480**

Codinha, A. (2015, January 6). *Céline unveils its latest poster girl: Joan Didion*. Vogue. https://www.vogue.com/article/joan-didion-celine-ad-campaign

Dehlin, A. J., & Galliher, R. V. (2019). Young women's sexist beliefs and internalized misogyny: Links with psychosocial and relational functioning and political behavior. *Psi Chi Journal of Psychological Research*, *24*(4), 255–264. **https://doi.org/10.24839/2325-7342.JN24.4.255**

Einhorn, S. (2021). From a woman's point of view: How internalized misogyny affects relationships between women. *Group Analysis*, *54*(4), 481–498. **https://doi.org/10.1177/05333164211038310**

FROLOV. (n.d.). *Laced corset with silk draping*. https://frolov.fr/products/laced-corset-with-silk-draping

NOWFASHION. (2014, September 30). *Chanel ready to wear spring summer 2015 Paris*. https://nowfashion.com/chanel-ready-to-wear-spring-summer-2015-paris/

Phelps, N. (2011, March 5). *Celine fall 2011 ready-to-wear collection*. Vogue. https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2011-ready-to-wear/celine

Phelps, N. (2012, January 8). *Celine pre-fall 2012 collection*. Vogue. https://www.vogue.com/fashion-sho

ws/pre-fall-2012/celine

Phelps, N. (2016, October 4). *Christian Dior spring 2017 ready-to-wear collection*. Vogue. https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2017-ready-to-wear/christian-dior

Stamarski, C. S., & Son Hing, L. S. (2015). Gender inequalities in the workplace: The effects of organizational structures, processes, practices, and decision makers' sexism. *Frontiers in Psychology*, *6*, Article 1400. **https://doi.org/10.3389/fpsyg.2015.01400**

Taparia, M., & Lenka, U. (2022). An integrated conceptual framework of the glass ceiling effect. *Journal of Organizational Effectiveness: People and Performance*, *9*(3), 372–400. **https://doi.org/10.1108/JOEPP-06-2020-0098**

Vogue UA. (2020, January 21). *І створив бог жінку: Christian Dior Couture весна-літо 2020*. https://vogue.ua/article/fashion/brend/i-bog-sozdal-zhenshchinu-christian-dior-couture-vesna-leto-2020-39369.html

Wallenberg, L. (2023). Fashion and feminism. In V. Pouillard & V. Dubé-Senécal (Eds.), *The Routledge history of fashion and dress, 1800 to the present* (pp. 185–206). Routledge. **https://doi.org/10.4324/9780429295607-13**

REFERENCES

Azeem, I., Nasreen, S., & Ali, A. (2025). Fashion and feminism: Role of clothing in shaping feminist discourses and identities. *Wah Academia Journal of Social Sciences*, *4*(1), 603–617. **https://doi.org/10.63954/WAJSS.4.1.31.2025** [in English].

Blanks, T. (2014a, March 1). *Celine fall 2014 ready-to-wear collection*. Vogue. https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2014-ready-to-wear/celine [in English].

Blanks, T. (2014b, September 30). *Chanel spring 2015 ready-to-wear collection*. Vogue. https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2015-ready-to-wear/chanel [in English].

Buckley, C. (1986). Made in patriarchy: Toward a feminist analysis of women and design. *Design Issues*, *3*(2), 3–14. **https://doi.org/10.2307/1511480** [in English].

BÁZHANE. (n.d.). *Zhaket vovnianyi dvobortnyi oversaiz z pidplichnykamy* [Double-breasted oversized wool jacket with shoulder pads]. https://bazhane.com.ua/oversajz-zhaket-1014-10-korichnevij/ [in Ukrainian].

Codinha, A. (2015, January 6). *Céline unveils its latest poster girl: Joan Didion*. Vogue. https://www.vogue.com/article/joan-didion-celine-ad-campaign [in English].

Dehlin, A. J., & Galliher, R. V. (2019). Young women's sexist beliefs and internalized misogyny: Links with psychosocial and relational functioning and political behavior. *Psi Chi Journal of Psychological Research*, *24*(4), 255–264. **https://doi.org/10.24839/2325-7342.JN24.4.255** [in English].

Einhorn, S. (2021). From a woman's point of view: How internalized misogyny affects relationships between women. *Group Analysis*, *54*(4), 481–498. **https://doi.org/10.1177/05333164211038310** [in English].

FROLOV. (n.d.). *Laced corset with silk draping*. https://frolov.fr/products/laced-corset-with-silk-draping [in English].

Kokorina, H., Davydenko, I., Minchenko, K., & Lisovska, K. (2023). Moda 1920-kh: feminizm ta mekhanizmy radykalnoho onovlennia obrazu [Fashion of the 1920s: Feminism and mechanisms of radical image renewal]. In *Aktualni problemy suchasnoho dyzainu* [Current problems of modern design] (Vol. 1, pp. 193–196). Kyiv National University of Technologies and Design. https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/24629 [in Ukrainian].

NOWFASHION. (2014, September 30). *Chanel ready to wear spring summer 2015 Paris*. https://nowfashion.com/chanel-ready-to-wear-spring-summer-2015-paris/ [in English].

Phelps, N. (2011, March 5). *Celine fall 2011 ready-to-wear collection*. Vogue. https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2011-ready-to-wear/celine [in English].

Phelps, N. (2012, January 8). *Celine pre-fall 2012 collection*. Vogue. https://www.vogue.com/fashion-shows/pre-fall-2012/celine [in English].

Phelps, N. (2016, October 4). *Christian Dior spring 2017 ready-to-wear collection*. Vogue. https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2017-ready-to-wear/christian-dior [in English].

Stamarski, C. S., & Son Hing, L. S. (2015). Gender inequalities in the workplace: The effects of organizational structures, processes, practices, and decision makers' sexism. *Frontiers in Psychology*, *6*, Article 1400. **https://doi.org/10.3389/fpsyg.2015.01400** [in English].

Taparia, M., & Lenka, U. (2022). An integrated conceptual framework of the glass ceiling effect. *Journal of Organizational Effectiveness: People and Performance*, *9*(3), 372–400. **https://doi.org/10.1108/JOEPP-06-202**

0-0098 [in English].

Vogue UA. (2020, January 21). *I stvoryv boh zhinku: Christian Dior Couture vesna-lito 2020* [And God created woman: Christian Dior Couture spring-summer 2020]. https://vogue.ua/article/fashion/brend/i-bog-sozdal-zhenshchinu-christian-dior-couture-vesna-leto-2020-39369.html [in Ukrainian].

Wallenberg, L. (2023). Fashion and feminism. In V. Pouillard & V. Dubé-Senécal (Eds.), *The Routledge history of fashion and dress, 1800 to the present* (pp. 185–206). Routledge. **https://doi.org/10.4324/9780429295607-13** [in English].

Yermolenko, A. (2025, December 14). *Istoriia Fibi Failo – lehendarnoi arkhitektorky minimalizmu i zakonodavytsi suchasnykh trendiv* [The story of Phoebe Philo – the legendary architect of minimalism and trendsetter]. Harper's Bazaar Ukraine. https://harpersbazaar.com.ua/fashion/collections/fibi-faylo-arkhitektorka-minimalizmu-i-vtilennya-svidomoho-stylyu/ [in Ukrainian].