

## ДЕТЕРМІНАНТИ ХУДОЖНЬО-ІНФОРМАЦІЙНОЇ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ОЛІМПІЙСЬКОГО ПАРАДНОГО КОСТЮМА

**Тетяна Михайлова,**  
<https://orcid.org/0000-0003-1332-4568>  
аспірантка,  
Київський національний університет  
культури і мистецтв,  
Київ, Україна  
[frautanya97@gmail.com](mailto:frautanya97@gmail.com)

## DETERMINANTS OF ARTISTIC INFORMATION IDENTIFICATION OF THE OLYMPICS CEREMONIAL SUIT

**Tetiana Mykhailova,**  
<https://orcid.org/0000-0003-1332-4568>  
PhD Student,  
Kyiv National University  
of Culture and Arts,  
Kyiv, Ukraine  
[frautanya97@gmail.com](mailto:frautanya97@gmail.com)

### Анотація

**Мета статті.** Проаналізувати олімпійський парадний костюм XXXII Олімпійських ігор «Токіо-2020» та сформувані перспективні визначальні ознаки його художньо-інформаційної ідентифікації. **Методологія дослідження** передбачає мистецтвознавчий аналіз формоутворення, художніх мотивів, національних звернень, загальної естетики та сучасних трендів, які акумулюються в дизайні олімпійського парадного костюма закордонних спортивних збірних. **Наукова новизна** полягає у дослідженні олімпійського парадного костюма Олімпіади «Токіо-2020» та визначенні перспективних стратегічних рекламних ознак його художньо-інформаційної ідентифікації. **Висновки.** У результаті дослідження для подальшого застосування в проектуванні олімпійського парадного костюма визначені перспективні стратегічні рекламні ознаки художньо-інформаційної ідентифікації, у тому числі: 1) Конвергентність звернень до кольорів національного прапора в дизайні проаналізованих олімпійських парадних костюмів спортивних команд; 2) Відповідність художньо-інформаційної ідентифікації парадного костюма основоположним принципам Олімпіади; 3) Екологічність в олімпійському парадному костюмі, що передбачає не тільки використання екологічних матеріалів у проектуванні одягу, але й привернення уваги до

### Abstract

**The purpose of the article.** To analyze the Olympics ceremonial suit of the XXXII Olympic Games «Tokyo 2020» and to form promising defining features of its artistic and informational identification. **The research methodology** provides art analysis of the formation, artistic motives, national appeals, general aesthetics and modern trends that are accumulated in the design of the Olympic ceremonial suit of foreign sports teams. **The scientific novelty** is to study the Olympics ceremonial suit of Tokyo 2020 Olympics and identify promising strategic advertising features of its artistic and informational identification. **Conclusions.** As a result of the research for further application in the design of the Olympic ceremonial suit promising strategic advertising features of artistic and informational identification are identified, including: 1) Convergence of appeals to the colors of the national flag in the design of the analyzed ceremonial Olympics suits of sports teams; 2) Correspondence of artistic and informational identification of ceremonial suits to the basic principles of the Olympic Games; 3) Eco-friendliness in an Olympics formal suit, which involves not only the use of environmental materials in the design of clothing, but is also aimed to draw attention to the global problem of mankind. Excess raw materials with a long service life and proper technological utilization of light industry waste has become a trigger for increased atten-

глобальної проблеми людства. Надлишок сировини із завершеним терміном експлуатації та належної технологічної утилізації відходів легкої промисловості стали тригером посиленої уваги до екосвідомості на всіх рівнях людської діяльності. Висока мода диктує тенденції для -мідл та мас-маркету і поступово переходить на безпечні текстильні матеріали, які піддаються біологічному розпаду, не забруднюючи воду мікро-пластиком; 4) Вестиментарні традиції в художньо-інформаційній ідентифікації олімпійського парадного костюма, що дозволяють вбачати дизайнера (дизайн-студію, компанію і т. п.) референтом знакової системи художньо-інформаційної ідентифікації олімпійського парадного костюма разом зі спортсменами та представниками делегації, який (яка) теж є брендом країни, для якої створює костюм.

**Ключові слова:**

дизайн одягу, візуальні образи, олімпійський парадний костюм, комунікаційний дизайн, художньо-інформаційна ідентифікація.

tion to environmental awareness at all levels of human activity. High fashion dictates the trends for -middle and mass market and is gradually moving to safe textile materials that are biodegradable without contaminating the water with micro-plastic; 4) Vestimentary traditions in the artistic and informational identification of the Olympics ceremonial suit, which allow to see the designer (design studio, company, etc.) as a referent of the sign system of artistic and informational identification of the Olympics ceremonial suit together with athletes and representatives of the delegation, which is also the brand of the country for which the suit is created.

**Keywords:**

clothing design, visual images, Olympics ceremonial suit, communication design, artistic and informational identification.

**Вступ** **1**

Цього року вперше за всю історію сучасних Олімпійських ігор (сучасний етап ОР з 1896 р.) відбулася одна з найавторитетніших та найвизначніших подій світового масштабу – XXXII Олімпійські ігри у Токіо в обмеженому для глядачів форматі. Під час церемонії відкриття змагань на Олімпійському стадіоні, який вміщує 68 тисяч глядачів, були присутні близько 950 осіб. Через пандемію COVID-19 перенесені змагання, які планували провести з 22 липня по 9 серпня 2020 р., за новим розкладом відбувалися з 23 липня по 8 серпня 2021 р. і залишили назву «Токіо-2020». У зв'язку з надзвичайними обставинами для проведення змагань комунікація представників команд-учасниць Олімпіади на рівні соціального середовища була залежною від єдності багатьох факторів, пов'язаних з плануванням та організацією заходу. Однак пандемія – не єдина причина, що впливає на динаміку процесів комунікації, які відбуваються на сучасному етапі інформаційної еволюції. Головним з переліку заходів змагань є відкриття Олімпійських ігор – Олімпійський парад, який ще називають Парадом націй. Кожна команда під час церемонії відкриття ігор виходить на парад з прапором своєї країни в парадному костюмі, який презентує команду, ідентифікує її серед інших та визначає її приналежність до країни, яку пред-

ставляє спортивна збірна. Візуальні образи XXXII Олімпійських ігор «Токіо-2020» вже стали частиною світової новітньої історії. Дизайн олімпійського парадного костюма поєднує в собі системні ідентифікаційні елементи збірної країни, які не суперечать ідеології Олімпіади, не порушують правил, затверджених Міжнародним олімпійським комітетом, і відповідають сучасним тенденціям у світі моди, що, в свою чергу, відображають питання суспільного життя. Ці та інші наративи актуалізують проблематику художньо-інформаційної ідентифікації олімпійського парадного костюма, зокрема необхідність формування її перспективних визначальних ознак.

**Мета дослідження** **2**

Проаналізувати олімпійський парадний костюм XXXII Олімпійських ігор «Токіо-2020» з метою виявлення перспективних визначальних ознак його художньо-інформаційної ідентифікації.

**Методологія та аналіз джерельної бази** **3**

В дослідженні застосовується мистецтвознавчий аналіз олімпійського парадного костюма закордонних спортивних збірних. Розглянуто формоутворення, художні мотиви, національні звернення, загальну естетику та сучасні тренди, які акумулюються в дизайні парадної колекції «Токіо-2020».

Поняття «естетика» у визначенні філософської науки про мистецтво було введено в науковий обіг у XVIII ст. німецьким філософом О. Баумгартеном (2021). Естетику, філософію і теорію мистецтв досліджували А. Лосев та В. Шестаков (Лосев & Шестаков, 1965), М. Дюфрен (Дюфренн, 2008), А. Канарський (Канарский, 2008), А. Іноземцева (Іноземцева, 2013) та Х. Кутіліна (2014).

В XIX ст. сформувалося розмежування понять «утилітарність (функціональність)» і «образ речей», які спочатку були єдиним цілим. За поданням філософів у предметній сфері як частині феномену культури, функціональність – це практичне призначення речі. Погляд Г. Вейса (2006), автора «Загальної історії світової культури», базувався на баченні культури як предметного явища. До енциклопедичних праць також належить «Ілюстрована історія матеріальної культури» Ф. Готтенрота (2001), німецького вченого XIX ст. Історія костюма, маловідомі факти виникнення того чи іншого предмета та розвиток його форми від Стародавнього Єгипту до країн Європи XVII ст. висвітлено у виданні в 4 томах «Костюм різних часів і народів» М. Мерцалової. У функціональному полі з семіотичної точки зору «костюм» досліджували П. Богатирьов, Р. Барт, Т. Козлова, Р. Степучев, М. Коськов та Ю. Музалевська (Коськов & Музалевская, 2011), В. Липська.

Формоутворення в дизайні одягу досліджували Є. Косарева (Косарева, 2006), Т. Ніколаєва (2008), О. Шандренко (2014), А. Малинська, К. Пашкевич, М. Смирнова та О. Колосніченко (Малинська та ін., 2014) та інші.

Історичні, культурні, політичні, ідеологічні та виховні аспекти розвитку Олімпійських ігор вивчали Н. Мюллер (2003), С. Матвеев, Л. Радченко та Я. Щербашин (2005), В. Родіченко та В. Столяров (1997), С. Бубка (2012).

В даній роботі представлені результати, які було отримано за допомогою візуального аналізу художньої естетики у поєднанні з ідеологічною складовою Олімпійських змагань.

## Результати дослідження **4**

Ефективна комунікація неможлива без проектних підходів під час створення та впровадження художньо-естетичних сенсів та їх безпосередніх значень, орієнтованих на психологію сприйняття цілісного образу того чи іншого дизайн-продукту. Візуальність олімпійського фешн-марафону залежить від норм, не лише прописаних в Олімпійській хартії, а й тих, які формуються внаслідок суспільно-політичної рівноваги на мапі світу. Ідеологічні маніпуляції та розбіжності політичних поглядів можна прослідкувати від самого початку відродження Олімпійського руху. Так, у 1908 р. на церемонії відкриття IV літніх ОІ у Лондоні (Велика Британія) Російська імперія заборонила збірній Великому князівства Фінляндського (яке тоді входило в імперію) пройти по стадіону з національним прапором. Спортсменам дали прапор Російської імперії, але вони влаштували бойкот, з'явившись на церемонії взагалі без прапора. У 1920 р. на VII літніх ОІ у Антверпені (Бельгія) збірні Німеччини та її союзники були відсторонені від змагань на знак покарання за розв'язання Першої світової війни. У 1936 р. під час XI літніх ОІ у Берліні (Третій Рейх) Міжнародний олімпійський комітет фактично проігнорував перелік країн, які виступили проти проведення Олімпіади в нацистській Німеччині – комісія від МОК не виявила нічого, що могло стати причиною перенесення змагань в іншу країну. У 2014 р. на XXII зимових ОІ у Сочі (Росія) Willy Vogner створив «райдужні» пальто для німецької команди та пуховики з пальмами Королівства Тонга. «Райдужні» предмети костюма публіка сприйняла як протест представників Німеччини проти агресивної політики в Росії стосовно ЛГБТ спільноти. У той час авторська концепція дизайнера трактувала зелений колір – як поля, жовтий – як сонце, синій – як море, білий – як засніжені гори і ведмеда – як символ Росії. В свою чергу можемо зазначити, що в умовах глобалізації проблематика національної ідентичності, зокрема візуальної ідентифікації, потребує значної уваги в напрямку відповідності заявленого знака або їх поєднань, які ідентифікують певну державу чи націю, впливаючи на свідомість споживача інформації та коректуючи вже існуючу думку про комуніканта на сучасному етапі розвитку відносин з реципієнтами. Результати та наслідки відповідності семіозису знаків ми розглядали на прикладі дизайн-проектів національного значення (Михайлова, 2021, с. 91).

Норми зовнішнього вигляду Олімпійських спортсменів, керуються чіткими вимогами встановленими МОК, які є закріпленими в Олімпійській хартії, вічному «Правилі № 50» та Єдиних настановах щодо церемонії. Враховується основоположний принцип Олімпізму № 1, в якому зазначено, що Олімпізм являє собою філософію життя, що звеличує та об'єднує в гармонійне ціле якості тіла, волі та розуму. Поєднуючи спорт з культурою та освітою, Олімпізм намагається створити спосіб життя, який базується на радості від зусилля, освітній цінності доброго прикладу, соціальної відповідальності та повазі до універсальних фундаментальних етичних принципів (International Olympic Committee, 2020, p. 11).

Олімпійський парадний костюм варто аналізувати не лише як об'єкт мистецтва – це зумовлено, в першу чергу, специфікою спортивних змагань, під час яких парадний костюм виступає як ідентифікуючий, стратегічно продуманий дизайн-продукт, значною мірою формалізований, але не обмежений у творчому пошуку нових художніх форм під час його проектування. О. Шандренко (2014) у своєму дослідженні зазначає: «Одяг як певне покриття тіла (в даному випадку тіла людини), має ряд основних функцій: утилітарну, комунікативну (знакову), естетичну. Одяг, як і костюм, є соціокультурним явищем та певною формою комунікації, яка інтегрує соціальні, психологічні, економічні, культурні, художні, регіональні, національні ознаки» (с. 35). Тому для підтримки візуальної комунікації референта з аудиторією Олімпійських реципієнтів потрібна стратегічно орієнтована творча робота, яка направлена на пошук відповідності дизайну інформаційним вимогам суспільства, що змінюються або модифікуються внаслідок соціальних, економічних та політичних реалій.

Як і на попередніх Олімпійських іграх, XXXII Олімпійські ігри мали широкий спектр костюмних стратегій. Ralph Lauren створив парадний олімпійський костюм збірної США «Токіо-2020» (рис. 1). В першому комплекті парадного одягу під блейзером бачимо смугасту футболку, поверх якої хустка в кольорах прапора країни. У другому комплекті білі, з синім капюшоном в кольорах прапора манжети блейзера, зліва, у верхній частині на рукаві – вставка американського прапора, у верхній частині по центру блейзера на спині теж розташований прапор. З правого боку обидва комплекти мають вставки з олімпійськими кільцями та прапором країни, зліва – брендинг Ralph Lauren. Для створення олімпійської колекції використовували екологічні матеріали, а в задній частині блейзера для церемонії відкриття змагань застосували спеціальну охолоджувальну технологію для контролю температури. Доповнював образ пояс з відсиленням до кольорів американського прапора, демонструючи патріотизм. Предмети костюма окреслюють фігуру моделей: перший варіант – більш класичний не структурований блейзер



*Рис. 1. Олімпійський парадний костюм збірної США «Токіо-2020» (Макаревська, 2021).*

*Fig. 1. Team USA Olympic ceremonial uniform «Tokyo 2020» (Makarevska, 2021).*

та темно-сині джинси в стилі Slim з «підкатами» в стилі Smart Casual; другий варіант костюма поєднує всі три складові Preppy Style – елегантність, акуратність, комфорт. Білі джинси в стилі Slim з «підкатами», а піднятий комірець блейзера з символікою країни та змагань створюють загальну естетику американського стилю «pre-college preparatory», який бере свій початок зі шкіл північно-східної частини США. Завершує образ взуття – в обох варіантах костюма – білі кеди, збоку яких розміщені лінії в кольорах національного прапора.

Вибір моделей, які позують в олімпійських парадних костюмах, демонструє сучасний образ території, її культурні цінності та відповідність їм. Lookbook без супроводжувального тексту ніби дає привід його зчитувати так: «Ми – багатонаціональна країна» або «Ми пишаємося приналежністю до країни, яку представляємо». Ці послання також демонструє жестикуальність моделей у парадному костюмі: стійка постава, невимушене розташування рук, на 1-2 сантиметри від портретної зони підняте підборіддя, впевнений погляд, очі, направлені вгору або прямо в об'єктив камери.

З 2008 р. дизайн парадних костюмів США Ralph Lauren повернув до класичної композиції темно-синіх і світлих кольорів. Ці поєднання виглядають достатньо актуальними, відповідними статусу змагань, патріотичними, не перевантаженими зайвими деталями. Костюм художньо-інформаційно ідентифікує країну та за рахунок технологічного проектування має ергономічні можливості для комфортного перебування в ньому спортсменів.

Дизайн парадного олімпійського костюма збірної Японії «Токіо-2020» (рис. 2) належить японській компанії Aoki, яка створює одяг для збірної Японії з 1964 р. Дизайн церемоніального костюма країни-організаторки XXXII Олімпійських ігор має пряме відсилання до Олімпійських ігор 1964 р. в Токіо, які 57 років тому вперше відбулися в історії Азії та об'єднали націю. «Олімпійські ігри в Токіо 1964 р. продемонстрували світові японські технології, але також прискорили ряд знакових ініціатив для міста Токіо, заклали основи громадських спортивних ідей, які досі існують по всій країні, і грають ключову роль у відновленні іміджу Японії



Рис. 2. Олімпійський парадний костюм збірної Японії «Токіо-2020» (International Olympic Committee, 2021).

Fig. 2. Team Japan Olympic ceremonial uniform «Tokyo 2020» (International Olympic Committee, 2021).

на світовій арені, через два десятиліття після закінчення Другої світової війни» (International Olympic Committee, n.d.).

Парадний олімпійський костюм збірної Японії в Токіо 1964 р. (рис. 3) мав червоний верх, білі штани та білий капелюх класичного стилю. Ретроспектива 2021 р. повторює дизайнерські втілення у костюмі за винятком зміни послідовності кольору: верх образу білий, низ – червоний. Для створення колекції використовували матеріали рослинного походження, які захищають спортсменів від спеки. Костюм виконаний у кольорах японського «сонячного прапора/кола» – біле полотно, посередині якого велике червоне коло символізує сонце, що сходить. Завершує образ костюма взуття – білі кеди. Таким чином був проведений національний брендинг через олімпійський парадний костюм відсиланням до знакової Олімпіади 1964 р., частково символізуючи ті ідеї, які було закладено, а саме сприйняття країни як розвинутої демократичної нації, що розширила свої експортні позиції торгових мереж технологічно інноваційною продукцією. Однак, зв'язок між двома Олімпійськими іграми істотно відчувається: якщо в 1964 р. лейтмотивом змагань було відродження та позиціонування себе як розвинутої країни, то у 2021 р. одна з концепцій, як зазначає спортивна директорка «Токіо-2020» Mikako Kotani – це «різноманітність і гармонія». Організатори «Токіо-2020» хотіли бачити різноманітність в усіх її проявах: від національності, віку, гендерної ідентичності до соціального статусу, способу життя та багато іншого.



Рис. 3. Олімпійський парадний костюм збірної Японії в Токіо 1964 р. (International Olympic Committee, n.d.).

Fig. 3. Team Japan Olympic ceremonial uniform in Tokyo 1964. (International Olympic Committee, n.d.).

Предмети костюма адаптуються до індивідуальних потреб спортсменів. Вперше японські спортсмени Олімпійських та Параолімпійських ігор мають однакові парадні костюми, що є одним з основоположних принципів всіх Олімпіад.

Парадний олімпійський костюм збірної Угорщини «Токіо-2020» (рис. 4) розробляв бренд Nubi, поставивши для себе цікаві та складні завдання – поєднання елементів національних культур Японії та Угорщини, не втративши при цьому своєї національної ідентичності. Включаючи сталі значення в новий контекст, можемо припустити, що дизайнери висловили повагу та захоплення японською культурою. Підкреслюючи її самобутність, угорські дизайнери одночасно нагадали всім учасникам та прихильникам Олімпіади, де саме відбуваються змагання.

Офіційний варіант кімоно для спортивної команди мав прямокутний силует блузки з V-подібним вирізом на грудній частині



Рис. 4. Олімпійський парадний костюм збірної Угорщини «Токіо-2020» (Трухина, 2021).

Fig. 4. Team Hungary Olympic ceremonial uniform «Tokyo 2020» (Trukhina, 2021).

та цілнокроєним рукавом мішкоподібної форми, широкі пояси та вільні класичні штани-кюлоти чорного кольору акцентують увагу на поєднанні моди і спорту. Фотозображення колекції можуть надати чітке уявлення відповідної зручності предметів костюма за допомогою форми та її тектоніки на фігурах моделей. Кімоно виконано в кольоровій гамі прапора Угорщини: червоний символізує кров угорських патріотів, які боролися за незалежність, білий – душевну чистоту, зелений – надію на краще майбутнє країни. Пояс, вставка у V-подібному вирізі на грудній частині, штани та деякі варіанти взуття чорного кольору. Все це доповнили тонкі надписи та мазки пензлем. Чоловічі та жіночі комплекти виглядали патріотично, відповідно, сучасно, елегантно та концептуально. Завершили костюм різні варіанти взуття – білі та чорні босоніжки з гострим носом на невисокому каблукі (3-5 см.), білі та чорні босоніжки на плоскій підшві з відкритою ногою та білі кеди. Надихаючись культурою Азії, сучасні дизайнери часто використовують кімоно як творче джерело, за допомогою якого втілення в дизайн об'єктах національної симво-



ліки є не лише частиною певного стилю. Для приймаючої країни традиційне кімоно та його нові інтерпретації – це національний костюм з сакралізованими кодами, який візуально говорить про приналежність нації до великої етнічної культури.

**Наукова  
новизна та  
практична  
значимість  
дослідження**

**5**

Вперше проведено мистецтвознавчий аналіз олімпійського парадного костюма Олімпіади «Токіо-2020» та виявлені його перспективні стратегічні рекламні ознаки художньо-інформаційної ідентифікації. Практична значимість роботи полягає в науковій новизні дослідження візуальної ідентифікації парадного олімпійського костюма, специфіки визначальних ознак його художньо-інформаційних концептуальних засад і можливості застосування одержаних результатів у прикладній діяльності. Продовження дослідження передбачає визначення і аналіз семіотичних культурних знаків у дизайні олімпійської парадної колекції одягу, які утворюють максимально сприятливі рекламні перспективи ідентифікації країни на світових спортивних змаганнях за допомогою влучного і відповідного художнього втілення сучасних інформаційно-комунікаційних вимог до парадного костюма.

**Висновки**

**6**

Тенденції в моді Олімпійських ігор сучасного етапу є зрозумілою логічною послідовністю стратегій ідеологів, маркетологів, дизайнерів та інших спеціалістів у галузі реклами та піару. В статті розглянуті питання представлення олімпійського парадного костюма під час змагань світового масштабу. Представлена мистецтвознавча оцінка парадного костюма Олімпіади «Токіо-2020» закордонних команд-учасниць змагань (США, Японії, Угорщини). Для подальшого застосування в проектуванні олімпійського парадного костюма визначені перспективні стратегічні рекламні ознаки художньо-інформаційної ідентифікації:

1) Конвергентність звернень до кольорів національного прапора в дизайні проаналізованих олімпійських парадних костюмів спортивних команд. Простежується відсилання до прапора як цілісного зображення, так і окремих його художніх проявів (графіка, колір, абстрактне вираження), що мають потужне ідеологічне підґрунтя, базуючись на філософії ідентичності, в даному випадку – приналежності олімпійських спортсменів до території/країни, яку вони представляють;

2) Відповідність художньо-інформаційної ідентифікації парадного костюма основоположним принципам Олімпіади. Творчі експерименти відповідають модним тенденціям, не порушуючи рекомендацій та правил Міжнародного олімпійського комітету. Зазначена ознака простежується за допомогою аналізу парадного костюма, його формоутворення (довжина, крій виробів, утилітарність матеріалу) та художньої ідентифікації (звернення до етнічних мотивів, кольорів національного прапора, в тому числі – деконструкції національної символіки: спроби поєднати її з іншою культурою, включаючи сталі значення в новий контекст);

3) Екологічність в олімпійському парадному костюмі. Використання екологічних матеріалів під час проектування одягу стало ознакою самосвідомості та професійної компетентності дизайнера. На згаданих іграх, представляючи парадну колекцію, було зроблено акцент на якості, утилітарності та безпечності матеріалів, з яких створювали предмети парадного костюма. Ця ознака присутня в олімпійському парадному костюмі з 1896 р. – самого початку відродження змагань (спідниця-фрустанела, яку виготовляли з вовни, солом'яні капелюхи та фланелеві штани, льняні сорочки та ін.). Існує низка проблем, пов'язаних із забрудненням навколишнього середовища. Надлишок сировини із завершеним терміном експлуатації та належної технологічної утилізації відходів легкої промисловості стали тригером посиленої уваги до екоосвідомості на всіх рівнях людської діяльності. Висока мода диктує тенденції для -мідл та мас-маркету і поступово переходить на безпечні текстильні матеріали, які піддаються біологічному розпаду, не забруднюючи воду мікро-пластиком. Ці закономірні процеси не суперечать риторичі Олімпійських ігор, підтримуючи ідеологію здоров'я, спорту та перемоги. В даному контексті перемогу можна інтерпретувати як «перемогу над однією з глобальних проблем людства – екологічною «несвідомістю»;

4) Вестиментарні традиції в художньо-інформаційній ідентифікації Олімпійського парадного костюма. Знакова система моди поєднує в собі такі семіотичні характеристики, як знак – що він позначає; знак – що він означає; референт – який відповідає і підтримує риторичу знаку (за Р. Бартом). Олімпійський парадний костюм відповідає зазначеним характеристикам, що дозволяє водночас зі спортсменами та представниками делегації вбачати дизайнера (дизайн-студію, компанію і т. п.) референтом знакової системи художньо-інформаційної ідентифікації олімпійського парадного костюма, який (яка) теж є брендом країни, для якої створює костюм.

Проаналізовані парадні костюми були спроектовані вітчизняними дизайнерами. Тенденція брендингу країни та економічної підтримки власного виробника простежується не лише під час Олімпіади «Токіо-2020». Звернувшись до попередніх Олімпіад, ми бачимо такі приклади: Levi Strauss & Company, Ralph Lauren – працювали над парадною колекцією для збірної США; Hardy Amies London Limited, Stella McCartney – парадна колекція для команди Великобританії; Cedella Marley – для збірної Ямайки; Giorgio Armani – для команди Італії; компанія Jacques Esterel, Lacoste – для французької збірної; Willy Bogner працював над дизайном колекції одягу для збірної Німеччини; дизайн-студія Samoseli Pirveli – парадна колекція збірної Грузії та багато інших.

## Список бібліографічних посилань

- Баумгартен, А. Г. (2021). *Эстетика* (А. В. Белоусов, Г. С. Беликов, Д. В. Бугай, М. И. Касьянова, А. О. Корчагин, Е. Ю. Чепель, Ю. А. Шахов, пер.). Издательство Университета Дмитрия Пожарского.
- Бубка, С. Н. (2012). *Олимпийский спорт в обществе: история развития и современное состояние*. Олимпийская литература.
- Вейс, Г. (2006). *Всеобщая история мировой культуры*. Эксмо.
- Готтенрот, Ф. (2001). *Иллюстрированная история материальной культуры*. АСТ.
- Дюфренн, М. (2008). Вклад эстетики в философию. В Н. А. Хренов & А. С. Мигунов (состав.), *Эстетика и теория искусства XX века*. Прогресс-Традиция.
- Иноземцева, А. Н. (2013). Ранняя институциональная теория искусства Д. Дики. Предпосылки и источники возникновения. *АРТИКУЛЬТ*, 10(2), 140–144. <https://cutt.ly/4Psrfsk>
- Канарский, А. С. (2008). *Диалектика эстетического процесса*. Мироновская типография.
- Косарева, Е. А. (2006). *Мода. XX век. Развитие модных форм костюма*. Петербургский институт печати.
- Коськов, М. А., & Музалевская, Ю. Е. (2011). *Костюм. Основы теории* [Монография]. Ленинградский государственный университет имени Пушкина.
- Кутіліна, Х. Є. (2014). Перспективізм у сучасній філософії мистецтва (теорія Джеймса О. Янга). *Наукові записки НаУКМА. Філософія та релігієзнавство*, 154, 30-34.
- Лосев, А. Ф., & Шестаков, В. П. (1965). *История эстетических категорий*. Искусство.
- Макаревіська, К. (2021, 20 липня). *Як виглядає олімпійська форма різних країн на Ігри-2020 в Токіо*. Суспільне. <https://cutt.ly/kPazhNy>
- Малинська, А. М., Пашкевич, К. Л., Смирнова, М. Р., & Колосніченко, О. В. (2014). *Розробка колекцій одягу*. НВЦ Профі.
- Матвеев, С. Ф., Радченко, Л. О., & Щербашин, Я. С. (2005). Олімпійська освіта – пріоритетний напрям в діяльності Олімпійської академії України. В *Олімпійський спорт і спорт для всіх*, тези доповідей IX Міжнародного наукового конгресу. Олімпійська література.
- Михайлова, Т. С. (2021, 24–25 березня). Візуальна ідентичність в парадигмі соціокультурного простору України. В *Україна у світових глобалізаційних процесах: культура, економіка, суспільство*, тези доповідей III Міжнародної науково-практичної конференції (Ч. 1, с. 91–95). Видавничий центр КНУКІМ.
- Мюллер, Н. (2003). Олимпийское образование. *Мир спорта*, 3, 6–12.
- Ніколаєва, Т. В. (2008). *Тектоніка формування костюма*. Арістей.
- Родиченко, В. С., & Столяров, В. И. (1997). Олимпийское образование и современные тенденции развития в области политики и идеологии. *Спорт, духовные ценности, культура*, 6, 26–32.
- Трухина, О. (2021). *От российского «флага» до венгерских кимоно: как выглядит олимпийская форма в Токио-2020*. MarieClaire. <https://cutt.ly/HPam5iN>
- Шандренко, О. М. (2014). Етномистецтво як джерело модифікації проєктних стратегій формотворення в дизайні одягу. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*, 7, 34–37.
- International Olympic Committee. (n.d.). *Tokyo 1964 Legacy*. Retrieved February 15, 2022, from <https://olympics.com/ioc/legacy/tokyo-1964-legacies-all>
- International Olympic Committee. (2020, July 17). *Olympic Charter*. DidWeDo. <https://cutt.ly/FPa1f6e>
- International Olympic Committee. (2021, July 24). *Coca-Cola's Placard Bearers help to promote diversity and inclusion at Tokyo 2020 Opening Ceremony*. <https://cutt.ly/iPa1vZV>

## References

- Baumgarten, A. G. (2021). *Eстетика* [Aesthetica] (A. V. Belousov, G. S. Belikov, D. V. Bugai, M. I. Kas'yanova, A. O. Korchagin, E. Yu. Chepel', Yu. A. Shakhov, Trans.). Izdatel'stvo Universiteta Dmitriya Pozharskogo [in Russian].
- Bubka, S. N. (2012). *Olimpiiskii sport v obshchestve: istoriya razvitiya i sovremennoe sostoyanie* [Olympic Sport in Society: History of Development and Current State]. Olimpiiskaya literatura [in Russian].

- Dufrenne, M. (20078). Vklad estetiki v filosofiyu [The Contribution of Aesthetics to Philosophy]. In N. A. Khrenov & A. S. Migunov (Comps.), *Estetika i teoriya iskusstva XX veka* [Aesthetics and Theory of Art of the Twentieth Century]. Progress-Traditsiya [in Russian].
- Hottenroth, F. (2001). *Illustrirovannaya istoriya material'noi kul'tury* [An Illustrated History of Material Culture]. AST [in Russian].
- Inozemtseva, A. N. (2013). Rannaya institutsional'naya teoriya iskusstva D. Diki. Predposylki i istochniki vozniknoveniya [D. Dickey's Early Institutional Theory of Art. Prerequisites and Sources of Occurrence]. *ART&CULT*, 10(2), 140–144. <https://cutt.ly/4Psrfsk> [in Russian].
- International Olympic Committee. (n.d.). *Tokyo 1964 Legacy*. Retrieved February 15, 2022, from <https://olympics.com/ioc/legacy/tokyo-1964-legacies-all> [in English].
- International Olympic Committee. (2020, July 17). *Olympic Charter*. DidWeDo. <https://cutt.ly/FPa1f6e> [in English].
- International Olympic Committee. (2021, July 24). *Coca-Cola's Placard Bearers help to promote diversity and inclusion at Tokyo 2020 Opening Ceremony*. <https://cutt.ly/iPa1vZV> [in English].
- Kanarskii, A. S. (2008). *Dialektika esteticheskogo protsessa* [Dialectics of the Aesthetic Process]. Mironovskaya tipografiya [in Russian].
- Kosareva, E. A. (2006). *Moda. XX vek. Razvitie modnykh form kostyuma* [Fashion. XX Century. The Development of Fashionable Forms of Costume]. Peterburgskii institut pechati [in Russian].
- Kos'kov, M. A., & Muzalevskaya, Yu. E. (2011). *Kostyum. Osnovy teorii* [Costume. Fundamentals of the Theory] [Monograph]. Pushkin Leningrad State University [in Russian].
- Kutilina, Kh. Ye. (2014). Perspektivizm u suchasniy filosofii mystetstva (teoriia Dzheimsa O. Yanga) [Perspectiveism in Modern Philosophy of Art (Theory of James O. Young)]. *NaUKMA Research Papers in Philosophy and Religious Studies*, 154, 30–34 [in Ukrainian].
- Losev, A. F., & Shestakov, V. P. (1965). *Istoriya esteticheskikh kategorii* [History of Aesthetic Categories]. Iskusstvo [in Russian].
- Makarevska, K. (2021, July 20). *Yak vyhlidaie olimpiiska forma riznykh krain na Ihry-2020 v Tokio* [What Does the Olympic Uniform of Different Countries Look like at the 2020 Games in Tokyo]. Suspilne. <https://cutt.ly/kPazhNy> [in Ukrainian].
- Malynska, A. M., Pashkevych, K. L., Smyrnova, M. R., & Kolosnichenko, O. V. (2014). *Rozrobka kolektsii odiahu* [Development of Clothing Collections]. NVTs Profi [in Ukrainian].
- Matvieiev, S. F., Radchenko, L. O., & Shcherbashyn, Ya. S. (2005). Olimpiiska osvita – priorytetnyi napriam v diialnosti Olimpiiskoi akademii Ukrainy [Olympic Education is a Priority in the Activities of the Olympic Academy of Ukraine]. In *Olimpiiskyi sport i sport dlia vsikh* [Olympic Sports and Sports for All], Abstracts of the IX International Scientific Congress. Olimpiiska literatura [in Ukrainian].
- Muller, N. (2003). Olimpiiskoe obrazovanie [Olympic Education]. *Mir sporta*, 3, 6–12 [in Russian].
- Mykhailova, T. S. (2021, March 24–25). Vizualna identychnist v paradyhmi sotsiokulturnoho prostoru Ukrainy [Visual Identity in the Paradigm of Socio-Cultural Space of Ukraine]. In *Ukraina u svitovykh hlobalizatsiinykh protsesakh: kultura, ekonomika, suspilstvo* [Ukraine in the Globalization Processes: Culture, Economy, Society], Abstracts of the III International Scientific and Practical Conference (Pt. 1, pp. 91–95). KNUKiM Publishing [in Ukrainian].
- Nikolaieva, T. V. (2008). *Tektonika formoutvorennia kostiuma* [Tectonics of Costume Formation]. Aristei [in Ukrainian].
- Rodichenko, V. S., & Stolyarov, V. I. (1997). Olimpiiskoe obrazovanie i sovremennye tendentsii razvitiya v oblasti politiki i ideologii [Olympic Education and Current Development Trends in Politics and Ideology]. *Sport, dukhovnye tsennosti, kul'tura*, 6, 26–32 [in Russian].
- Shandrenko, O. M. (2014). Etnomystetstvo yak dzherelo modyfikatsii proiektnykh stratehii formotvorennia v dyzaini odiahu [Ethnic Art as a Source of Modification of Design Strategies of Shaping in Clothing Design]. *Bulletin of Kharkiv State Academy of Design and Arts*, 7, 34–37 [in Ukrainian].
- Trukhina, O. (2021). *Ot rossiiskogo "flaga" do vengerskikh kimono: kak vyglyadit olimpiiskaya forma v Tokio-2020* [From the Russian "flag" to the Hungarian Kimonos: what the Olympic Uniform Looks like in Tokyo 2020]. MarieClaire. <https://cutt.ly/HPam5iN> [in Russian].
- Weiß, H. (2006). *Vseobshchaya istoriya mirovoi kul'tury* [General History of World Culture]. Eksmo [in Russian].