



RS Global  
Journals

Scholarly Publisher  
RS Global Sp. z O.O.  
ISNI: 0000 0004 8495 2390

Dolna 17, Warsaw, Poland 00-773  
Tel: +48 226 0 227 03  
Email: editorial\_office@rsglobal.pl

---

<b>JOURNAL</b>	International Journal of Innovative Technologies in Social Science
<b>p-ISSN</b>	2544-9338
<b>e-ISSN</b>	2544-9435
<b>PUBLISHER</b>	RS Global Sp. z O.O., Poland
<b>ARTICLE TITLE</b>	ВЗАЄМОВПЛИВ СИНДЕМІЙ ТА FASHION-ПРЕЗЕНТАЦІЙ 2 ПОЛ. XX СТ. – ПОЧ. XXI СТ.
<b>AUTHOR(S)</b>	Квасниця Роксоляна
<b>ARTICLE INFO</b>	Kvasnytsia Roksoliana. (2022) Interaction of Syndemies and Fashion-Presentations in the Second Half of the XX Century – the Beginning of the XXI Century. International Journal of Innovative Technologies in Social Science. 1(33). doi: 10.31435/rsglobal_ijitss/30032022/7762
<b>DOI</b>	<a href="https://doi.org/10.31435/rsglobal_ijitss/30032022/7762">https://doi.org/10.31435/rsglobal_ijitss/30032022/7762</a>
<b>RECEIVED</b>	18 January 2022
<b>ACCEPTED</b>	28 February 2022
<b>PUBLISHED</b>	04 March 2022
<b>LICENSE</b>	 This work is licensed under a <b>Creative Commons Attribution 4.0 International License</b> .

---

© The author(s) 2022. This publication is an open access article.

## **ВЗАЄМОВПЛИВ СИНДЕМІЙ ТА FASHION-ПРЕЗЕНТАЦІЙ 2 ПОЛ. XX СТ. – ПОЧ. XXI СТ.**

*Квасниця Роксоляна, Кандидат мистецтвознавства, старший викладач кафедри дизайну та основ архітектури Національного університету “Львівська політехніка”, Львів, Україна,  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7488-672X>*

**DOI: [https://doi.org/10.31435/rsglobal\\_ijitss/30032022/7762](https://doi.org/10.31435/rsglobal_ijitss/30032022/7762)**

---

### **ARTICLE INFO**

**Received** 18 January 2022  
**Accepted** 28 February 2022  
**Published** 04 March 2022

### **KEYWORDS**

social epidemics, Covid-19 pandemic, syndemic, fashion, presentations of fashion collections, modernization.

### **ABSTRACT**

The purpose of this article is a selective overview of the concepts and approaches that have been used in the fashion industry as a result of the synergy of fashion and epidemics/pandemics. To outline the development strategy of one of the most important segments of the advertising campaign of fashion brands - the presentation of fashion collections, an analysis of the interaction of syndemic, social epidemics, pandemic Covid-19 and fashion, taking into account various aspects, namely: which epidemics/pandemics affected the presented fashion collections; positive and negative aspects of interaction; how the epidemic/pandemic affects the modernization of presentation spaces and spreading fashion trends. In addition to assessing the current situation, the article seeks to outline areas for future research. The interaction of social syndemics and fashion in various aspects, in particular, the impact on the design of the presentation space, deserves further research.

---

**Citation:** Kvasnytsia Roksoliana. (2022) Interaction of Syndemics and Fashion-Presentations in the Second Half of the XX Century – the Beginning of the XXI Century. *International Journal of Innovative Technologies in Social Science*. 1(33). doi: 10.31435/rsglobal\_ijitss/30032022/7762

---

**Copyright:** © 2022 Kvasnytsia Roksoliana. This is an open-access article distributed under the terms of the **Creative Commons Attribution License (CC BY)**. The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) or licensor are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.

---

Беззаперечним є той факт, що епідемії<sup>1</sup> та пандемії<sup>2</sup> стають причиною величезних змін в історії не тільки однієї держави, а й практично всього світу. Вони становлять синдемію<sup>3</sup> (синергію епідемій), оскільки співіснують у часі та місці, взаємодіють між собою, створюючи складні наслідки, та стають рушіями суспільства (Singer M., 1994, 1996). Незважаючи на негативний вплив, руйнівний процес, трагічний характер епідемії завжди сприяли прогресу. Багато досліджень в різних областях науки присвячено впливу епідемій та пандемій на хід історії, на розвиток медицини, економіки, політики, культури, зокрема моди.

### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Перш за все було опрацьовано низку джерел, у межах яких спостерігається поява різноманітних проявів епідемій/пандемій. Відзначимо праці нобелівських преміантів Монтаньє Л. та Барре-Сінусі Ф., які присвячені проблематиці ВІЛ-інфекції і СНІДу. Зібрання та

---

<sup>1</sup> Епідемія (грец. *ἐπίδημία*, від *ἐπίδημος* – поширений у народі) – масова захворюваність населення на інфекційну хворобу, що прогресує в часі та просторі в межах певного регіону і значно перевищує рівень, зареєстрований на даній території впродовж низки років. Виникнення епідемій завжди пов'язують з соціальними та біологічними чинниками (Фролов А.Ф., 2006).

<sup>2</sup> Пандемія (грец. *πανδημία* «весь народ») – найвища інтенсивність розвитку епідемічного процесу, що характеризується прогресуючим поширенням інфекційного захворювання з надзвичайно високим ураженням населення на значних територіях материків або всієї Землі (Porta, 2014).

<sup>3</sup> Синдемія (ang. Syndemic – поєднання термінів «синергія» і «епідемія») – одночасне поширення епідемій різних хворіб у межах однієї популяції. Концепція синдемії була розроблена в 1990-х роках медичним антропологом Мерілл Зінгер. У ширшому контексті синдемією називають поєднання не тільки хвороб, але і явищ, як от брак їжі, зміна клімату, соціальна нерівність (Singer, 1996).

аналіз фактологічного матеріалу в роботі Шах С. «Пандемія: Історія смертельних вірусів» дає можливість прослідкувати появу та розвиток, соціально-політичних, економічних, культурних обставин динаміки пандемій (Шах С., 2016). З філософського аспекту гідна уваги дисертація Луканової В. «Феномен пандемії: підгрунття, сутність, динаміка (соціально-філософський аналіз)» (Луканова, 2019). Автор досліджує соціально-філософський вимір феномена пандемії: пандемія у горизонті існування і становлення суспільства, історії, людини. У статті «Віруси, епідемії і теорія модернізації: друзя чи вороги?» політолог Щербак А. досліджує як масові епідемії в людській історії могли вплинути на процес модернізації. Автор припускає, що «з огляду на рівень розвитку цивілізації сьогодні, можна обережно припустити, що довгострокові позитивні ефекти епідемії в цілому перевершують короткострокові негативні» (Щербак, 2020 с.27).

Сучасне життя оточене вірусами «соціальних епідемії» — смаків, ідей, звичок. В соціології існує теорія соціальних епідемії (алкоголізм, наркоманія, токсикоманія або психологічних епідемії (ігроманія, інтернет-залежність тощо). Цій проблематиці присвячені праці науковців Балакірева О., Маркової Н., Рущенко І. В статті «Фактор моди в структурі епідемії наркотизму» доктор соціології Рущенко І. розглядає проблему поширення молодіжного наркотизму як епідемічний процес. Автор доводить, що в процесі розгортання «первинної» епідемії важливу роль відіграла мода на наркотики (Rushchenko, 2014). Модні тренди – це також віруси. Охоплюючи мільйони людей брендманія в ХХ ст. набула характеру соціальної епідемії. Автор книги Малколм Гладуелл «Поворотний момент» пише, що «модні тренди, товари, інформація, ідеї – це віруси» (Гладуелл, 2017).

В своїй праці він досліджує як поширюються соціальні епідемії та як вони впливають на наше життя.

Існують архівні матеріали, артефакти, наукові і публіцистичні праці щодо впливу епідемії/пандемії різних захворювань на конструкцію костюма, зачіски, макіяж, в цілому моду. Серед авторів таких досліджень відзначимо: Бірн П.Д., Вікторія Родрігес О’Доннелл, Бейтс С., Рабінович-Фокс Е. та інші. Однак, дослідження про вплив епідемії/пандемії на презентації модних колекцій ще не було, оскільки прецеденту такого масштабу не було з часу існування модних показів.

#### **Виклад основного матеріалу дослідження.**

Аспекти взаємовпливу епідемії/пандемії і модних презентацій II пол. ХХ – поч. ХХІ ст. було розглянуто за такою класифікацією:

- епідемія хімічної залежності – наркоманія, алкоголізм, токсикоманія;
- епідемія психологічної залежності – ігроманія, комп’ютерна залежність;
- епідемія інфекційних хворіб, а саме пандемія коронавірусу Covid-19.

#### **Епідемія хімічної залежності.**

Доведено, що ВІЛ-інфекція набула форми епідемії, а наркоманія і СНІД мають тісний зв’язок. Руйнівна сила цієї синдемії стала катастрофічним явищем в ХХ ст. Відомим фактом є існування напрямку в моді «героїновий шик» 90-их років. Коли, на жаль, мода і створювала моду на наркоманію. Наркоманія в цей час на глянцева журналістика та подіумі представлялась як гламур та сексуальність. Пік епідемії припадає на 1960-ті та 1970-ті роки, коли відбувається зміна багатьох моральних цінностей: сексуальна революція, молодіжні протести, рух хіпі (Rushchenko, 2014 с.77-78). Мода та культові постаті молодіжної субкультури, мали колосальний вплив на поширення цієї синдемії. Моду на «героїн-шик» започаткувала фотограф Корін Дей (Corinne Day). Для прикладу розглянемо фотографію Корріни Дей 1995 року. Британська модель Джорджина Купер представлена в інтер’єрі неохайної, похмурої квартири в Брікстоні. Такий дизайн простору створює гнітючий антураж та доповнює тематичний образ моделі. Напружені риси обличчя і блискуча шкіра сприймаються як ознаки зловживання наркотиками. На відміну від образів, які домінували у модній фотографії наприкінці 1980-их років, роботи Корріни Дей представляли більш неформальний, конфронтаційний та конфесійний підхід до середовища (Brixton Georgina, 2011). Переломним моментом в кінці ХХ ст. – поч. ХХІ ст. в боротьбі з наркоепідемією, переорієнтація на здоровий спосіб життя, стала поява нової генерації рок-музикантів і культових фігур в модній індустрії, кінематографі тощо. Такі дизайнерські бренди як: «Giorgio Armani», «Versace», «Donna Karen», «Dolce Gabbana», «Moschino», «Alexander McQueen», «Oscar de la Renta», «John Richmond» та багато інших презентують модні колекції в неформальних концептуальних форматах з конкретно вираженими протестними меседжами суспільству. Сценографія, світловий дизайн, музичний супровід, драматургія підсилюють емоційне сприйняття модного показу. Започатковані в 2011 р. щорічні модні покази «Art Hearts Fashion» під час Тижня Моди в Нью-Йорку та Лос-

Анджелесі та багатьох інших містах світу присвячені пропагуванню здорового способу життя, боротьбі проти ВІЛ-інфекції та СНІДу. В Україні відзначимо конкурс «Мода 2000 АНТИСНІД». За ініціативою Фонду Олени Пінчук «АНТИСНІД» під час проведення Українського Тижня Моді (Ukrainian Fashion Week) організуються покази присвячені боротьбі зі СНІДом 2006 р. – 2007 р. До сьогодні на різних платформах українські дизайнери презентують нові колекції пропагуючи здоровий спосіб життя. Отже, позитивними аспектами впливу моди на синдемію починаючи з кінця 90-их років є переорієнтація вектору PR-кампаній модних брендів на здоровий спосіб життя, численна кількість концептуальних модних дефіле присвячених цій тематиці, зміна вектору фешн-фотографій у модних журналах, організовані дизайнерські конкурси тощо.

#### **Епідемія психологічної залежності.**

Азартність в іграх давно була властива людям фактично у всіх культурах світу. Завдяки сучасним технологіям, ігри отримали колосальне розповсюдження та різні модифікації. Однак, комерціалізація ігор сприяла тому, що прагнення до особистої вигоди та власного успіху, які особливо останні десятиліття зростали, набули патологічного характеру. Епідемію лудоманії<sup>1</sup> досліджували Харченко І., Самардакова Г., Дідик Н., Столяренко А.М., Підлубний В.Л. В статті Олійничук О., Хом'юк С. «Лудоманія як загроза безпеці держави: соціальні, економічні та правові контексти» в підсумку пишуть, що «для України важливим є визнання лудоманії негативним фактором як для самої особи та її сім'ї, так і для держави загалом, її економічної безпеки, соціального розвитку, суспільно-політичних відносин» (Олійничук and Хом'юк, 2020).

Зазначимо, що ігри мають позитивний вплив на людей, відіграють важливу роль у розвитку дітей, тільки в межах розумного застосування та використання. Важливо не перейти межі, коли це захоплення набуває хворобливої залежності. Про ігри як потужний спосіб розвитку соціального та емоційного навчання у молодих людей йдеться у статтях Робіна Громек та Сью Роффі (Hromek and Roffey, 2009), Хав'єра Чеджудо, Лідії Лосада та Роберто Фельтредо (Sejudo, Losada and Feltrero, 2020).

Гейміфікація модної індустрії особливо проявляється останні десятиліття. Ця тенденція з'явилася із збільшенням кількості молоді серед шанувальників модних брендів, покоління міленіалів, Y, Z - людей, які виростили в епоху тотальної діджиталізації і соціальних мереж. У 2000-их роках на показах стали з'являтися колекції, натхненні класичними відеоіграми: в 2007-му британський «Cassette Playa» представив одяг в стилі «Sonic the Hedgehog», в 2009 році «Gile's» випустив костюми з принтами «Pac-Man», а в 2010 році Раф Сімонс створив для бренду «Jil Sander» колекцію натхненну головною героїнею відеоігри в жанрі action-adventure «Tomb Raider» (Fashion Industry Gamification: Collection Based On Popular Video Games, 2019). Колаборація модних брендів з видавцями відеоігор – це успішний маркетинговий хід. Розробка відеоігор стає важливою частиною цифрової стратегії таких модних брендів як: «Gucci», «Burberry», «Dior», «Guerlain» тощо. Дизайнери і бренди розробляють ексклюзивні речі за мотивами відеоігор, випускають віртуальні ігрові предмети. Модні будинки використовують героїв популярних ігрових франшиз для реклами нових колекцій. Для прикладу Louis Vuitton в 2019 році випустили відеогру «Endless Runner» в стилі комп'ютерних ігор 80-х (Louis Vuitton: Endless Runner Gameplay - YouTube, 2019). Натхненням був показ чоловічої колекції осінь-зима 2019 року в Парижі. Дизайн презентаційного простору був створений в такому ж стилі – відеоігри 80-х.

Багато відомих дизайнерів модного одягу створювали колоди гральних карт «от-кутор» в рамках рекламних акцій своїх колекцій одягу та парфум. Кожна з гральних колод мала свій унікальний дизайн розроблений найвідомішими художниками тих років. Серед відомих брендів, що випускали гральні карти є: «Lanvin», «Hermes», «Gianni Versace», «Jean Paul Gaultier» та інші. Ці колоди, як ексклюзивні речі, увійшли в колекції багатьох любителів збирати гральні карти (Высокая мода и игральные карты, 2012). Дизайн презентаційного простору для показу колекції «Королева сердець» модного бренду «Dolce & Gabbana» сезону весна-літо 2018 року був декорований графічними зображеннями величезних ігрових карт створюючи азартний та інтригуючий антураж (Dolce & Gabbana Spring 2018 Ready-to-Wear Collection | Vogue, 2018). Тема гри також була присутня і в дизайні презентаційного простору для показу колекції от-кутор «Christian Dior» сезону весна-літо 2018 року. Темою показу бренду «Moschino» осінь-зима 2019/2020 були казино та азартні ігри (Défilé Moschino automne-hiver 2019-2020 - YouTube, 2019). Українська модельєр Юля Айсіна створила

---

<sup>1</sup> Лудоманія (гральна залежність, ігроманія) — розлад поведінки, що полягає в патологічній пристрасті до азартних ігор (Аймедов К.В., 2012).



колекцію та дизайн презентаційного простору присвячену – шахам. Цілісний, стилістично витриманий дизайн подіуму, декорації, постановка дефіле органічно переплітались із задекларованою тематикою гри (Шахова колекція Юлії Айсіної, 2008).

Отже, зважаючи на неоднозначне ставлення суспільства до ігор, появи в останні десятиліття поняття «епідемія азартних ігор», модні бренди в різний спосіб популяризують та використовують ігри, як з комерційною, так і рекламною метою. Можна стверджувати, що ігри сприяли розвитку та модернізації модних інновацій, дизайну презентаційних просторів та способу поширення модних трендів.

#### **Пандемія коронавірусу Covid-19.**

Індустрія моди в період пандемії коронавірусу Covid-19 виявилася серед найбільш уразливих галузей (Pchi, 2020). Попри те, пандемія стала каталізатором масштабних змін. Останні роки в індустрії моди відбувались безпрецедентні зміни орієнтовані на новітні форми презентацій та поширення модних трендів в основному шляхом цифрових трансформацій. Однак, цей процес модернізації суттєво прискорився завдяки глобальним змінам 2020 року. Вперше за всю історію тижнів високої моди покази колекцій осінь-зима 2020/2021 дизайнери представили у форматі відеопрезентації на діджитал-платформі. Наприклад, креативна директорка «Dior» Марія Грація Кюрі та режисер Маттео Гарроне створили надзвичайно вишукану відеопрезентацію кутурної колекції «Міф Діор» (Le Mythe Dior). Колекцію бренду «Ralph & Russo», присвячену подорожам, представила віртуальна модель Голлі (Канішева Д., 2020). Сьогодні новітнім напрямком модного показу стає інтернет презентація. Вона є різновидом модних показів, який дуже активно розвивається в ХХІ ст. на всіх рівнях ринкової модної індустрії, має свій підхід до сценографії та образного рішення, який, своєю чергою, потребує окремого наукового дослідження. Онлайн-покази — це відеопрезентації, які є здебільшого у вільному доступі на каналах «YouTube», офіційних сайтах будинків моди та брендів, в інстаграм-акаунті тощо. Там демонструється вся інформація про модний показ, але не в реальному часі. Фіджитал-шоу зберігає реальність, подіум, моделі, дизайн презентаційного простору, відкриття і закриття показу. Під час презентації перебуває мінімальна кількість глядачів або й узагалі глядачів немає. Для таких шоу характерне відтворення в приватних акаунтах, трансляція доступна для глядачів на більш короткий період, ніж відео презентації. Фіджитал-формат – це злиття реальної і цифрової дійсності, унікальний технологічний інструмент, що розкриває нові можливості в комунікаційному просторі, а також це новий екологічний простір (Квасниця Р.Б., 2021). Елементарні норми безпеки зумовили нові методичні підходи до проектування презентаційних просторів, а також до сценографії та драматургії модних показів. Проведення показів на відкритому повітрі, дотримання соціальної дистанції між всіма учасниками шоу, особливе зонування та розташування предметного наповнення в закритих та відкритих локаціях, спонукали дизайнерів до нових ідей та планувальних рішень (Квасниця Р.Б., 2021). Фонд досліджень СНІДу amfAR активно долучився до боротьби з COVID-19. CR з amfAR беручи до уваги безпеку, організували модний показ в цифровому форматі. В показі брали участь найвідоміші світові моделі. Кожна модель знімала себе камерою не виходячи з власного помешкання. Костюм, макіяж, зачіска, хореографія моделей задалегідь були обумовлені. Пізніше ці відео монтувались як цілісне цифрове модне шоу. 1 травня 2020 року вперше у світі відбувся показ колекції в модному шоу такого типу (CR Runway with amfAR Against COVID-19: Fashion Unites, no date). У форматі фіджитал відбулося багато презентацій модних колекцій 2020/2021 на Тижнях Моди в Парижі, Нью-Йорку, Лондоні, Києві та в інших модних столицях світу. Модернізація дизайну презентаційних просторів та способів поширення, вимагає переформатування спеціалістів різних галузей, пошуку нових, креативних рішень та спонукає до появи нових професій.

**Висновки.** Отже, перемога над будь-якою синдемією стає черговим тріумфом в галузі медицини, науки і техніки. Для моди наслідки спричинені синдемією є одночасно економічними, технічними, естетичними, об'єктивно мають локальний, національний та глобальний характер, носять і позитивний, і негативний характер.

В дослідженні було виявлено, що на концепцію презентації модних колекцій та художньо-образне рішення презентаційного простору найбільш впливовими були соціальні епідемії, а на спосіб поширення та модернізацію модних показів найбільше вплинула пандемія коронавірусу Covid-19. Прослідковується синхронність процесів модернізації в модній індустрії як в Європі, так і за межами, що є свідченням глобальних змін в одному часі. Виявлено, що

взаємовплив моди та соціальних епідемій, синдемії має позитивні і негативні аспекти. Визначено, які альтернативні практики розповсюдження модних трендів стали актуальними та затребуваними в наслідок модернізації, а саме: фіджитал-шоу, онлайн презентації, віртуальні презентації. На підставі здійсненого аналізу, виявлено, що модернізація дизайну презентаційних просторів та способів поширення моди спонукає до появи нових професій. Взаємовплив соціальних синдемії та моди в різних аспектах, зокрема вплив на дизайн презентаційного простору заслуговує подальшого дослідження. Також зазначимо, що наукові дослідження, зокрема, аналіз впливу модної індустрії на соціальні епідемії можуть допомогти в прогнозуванні епідемічних подій і таким чином стратегічно передбачити та завчасно вживати певні заходи.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Brixton Georgina (2011) Corrine Day Analysis, 1995, Health and Social. Available at: <https://collections.vam.ac.uk/item/O83171/georgina-brixton-photograph-day-corinne/>
2. Cejudo, J., Losada, L. and Feltrero, R. (2020) 'Promoting Social and Emotional Learning and Subjective Well-Being: Impact of the "Aislados" Intervention Program in Adolescents', International journal of environmental research and public health, 17(2), p. 609. doi: 10.3390/ijerph17020609.
3. CR Runway with amfAR Against COVID-19: Fashion Unites (no date). Available at: <https://crrunwayamfar.org/>
4. Défilé Moschino automne-hiver 2019-2020 - YouTube (no date). Available at: [https://www.youtube.com/watch?v=DV8POcz\\_ZuY](https://www.youtube.com/watch?v=DV8POcz_ZuY)
5. Dolce & Gabbana Spring 2018 Ready-to-Wear Collection | Vogue (no date). Available at: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2018-ready-to-wear/dolce-gabbana>
6. Fashion Industry Gamification: Collection Based on Popular Video Games | (2019) WeGame. Available at: <https://wegame.com.ua/en/post/geymifikatsiya-modnoy-industrii-kolleksii-po-motivam-populyarnih-videoigr-100221>
7. Hromek, R. and Roffey, S. (2009) 'Promoting Social and Emotional Learning with Games: "It's Fun and We Learn Things"', Simulation & Gaming, 40(5), pp. 626–644. doi: 10.1177/1046878109333793.
8. Ichi, L. (2020) Coronavirus Impact: How the Epidemic Has Impacted the Fashion Industry – WWD, WWD. Available at: <https://wwd.com/fashion-news/fashion-scoops/how-coronavirus-effecting-fashion-industry-trade-shows-stock-prices-1203508244/>
9. Louis Vuitton: Endless Runner Gameplay - YouTube (2019). Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=d2BsUMAhRjI>
10. Porta, M. (2014) 'Pandemic'. Oxford University Press. doi: 10.1093/acref/9780195314496.013.1373.
11. Rushchenko, I. (2014) 'Fashion as a factor of drug addiction epidemics' structure', Ukrainian society, 2014(4), pp. 75–85. doi: 10.15407/socium2014.04.075.
12. Singer, M. (1996) 'A Dose of Drugs, a Touch of Violence, a Case of Aids: Conceptualizing the Sava Syndemic', Free inquiry in creative sociology, 24, pp. 11–22.
13. Аймедов К.В. (2012) Ігроманія – паралельний світ. Монографія – К.: НДІ соціальної і судової психіатрії та наркології МОЗ України. LAT & K, 2012. – 244 с. Available at: <https://dovidnykmpz.info/psycho/ihromaniia-paralel-nyy-svit/>
14. Высокая мода и игральные карты (2012) Gambler Sapiens. Available at: <http://gambler-sapiens.ru/gambling-equipment/fashion-playing-cards#page-content>
15. Гладуелл, М. (2017) Поворотний момент. Як дрібні зміни спричиняють великі зрушення, Книжний клуб 'Клуб семейного досуга'. Available at: <https://grenka.ua/227897/povorotnij-moment-yak-dribni-zmini-sprichinyayut-veliki-zrshennya>
16. Канишева Д. (2020) Діджиталізація Haute Couture: нова реальність чи тимчасове рішення?, INSIDER UA. Available at: <https://insider.ua/ua/didzhitalizacziya-haute-couture-nova-realnist-chi-timchasove-rishennya/>
17. Квасниця Р.Б. (2021) Дизайн просторів для презентації модних колекцій [Текст]: автореф. дис. ... канд. мистецтвознавства: 17.00.07 / Квасниця Роксоляна Богданівна; Нац. ун-т «Львів. Політехніка». - Львів, 2021. - 20 с.
18. Луканова, В. В. (2019) Феномен пандемії: підгрунття, сутність, динаміка (соціально-філософський аналіз): дис. ... канд. філософ. наук : [спец.] 09.00.03 Мво освіти і науки України, Дніпров. нац. ун-т імені Олеся Гончара. – Дніпро 2019. – 239 с. Available at: [https://chtyvo.org.ua/authors/Lukanova\\_Viktorii/Fenomen\\_pandemii\\_pidgrunttia\\_sutnist\\_dynamika\\_sotsialno-filosofskyi\\_analiz/](https://chtyvo.org.ua/authors/Lukanova_Viktorii/Fenomen_pandemii_pidgrunttia_sutnist_dynamika_sotsialno-filosofskyi_analiz/)
19. Олійничук, О., Хом'юк, С. (2020) 'Лудоманія як загроза безпеці держави: соціальні, економічні та правові контексти', Актуальні проблеми правознавства, 1(1), pp. 96–102. doi: 10.35774/app2020.01.096.
20. Фролов А.Ф., Задорожна В.І. (2009) Епідемія. Енциклопедія Сучасної України. Available at: [https://esu.com.ua/search\\_articles.php?id=17931](https://esu.com.ua/search_articles.php?id=17931).
21. Шах С. (2016) Пандемия: История смертельных вирусов, «Альпина Диджитал». Available at: <https://www.yakaboo.ua/pandemija-vsemirnaja-istorija-smertel-nyh-virusov-2208218.html>
22. Шахова колекція Юлії Айсіної (2008) models.ua. Available at: <http://www.models.ua/news/21/>
23. Щербак, А. (2020) Вирусы, эпидемии и теория модернизации: друзья или враги?, Препринт М-78/20. — СПб.: Европейского университета в Санкт-Петербурге.