

УДК 7.012 : 745.5 : 001. 891

Пашкевич Калина Лівіанівна¹, док. техн. наук

Овчарек Володимир Євгенович², канд. техн. наук

Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

E-mail: kalina.pashkevich@gmail.com

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЕТНОДЖЕРЕЛ В ДИЗАЙНІ КОЛЕКЦІЙ СУЧАСНОГО ОДЯГУ

Анотація: У статті розглянуто види етноджерел для дизайну колекцій сучасного одягу та методи їх трансформації у костюмні форми. Проаналізовано використання українських етноджерел в колекціях українських та світових дизайнерів, визначено принципи сегментування етно орієнтованого бренду та ознаки одягу в стилістиці етно. Проведено анкетне опитування з метою визначення актуальності тематики етно у споживачів одягу. Визначено послідовність аналізу творчих етноджерел з метою виділення основних тектонічних принципів їх формоутворення для використання в дизайні колекцій сучасного одягу.

Ключові слова: етноджерело, український костюм, декоративно-прикладне мистецтво, колекція одягу, етно орієнтований бренд.

Постановка проблеми. Розвиток національного культурного контексту в Україні сьогодні пов'язаний з піднесенням значимості чинника національної культури, її репрезентацією в нові змістовні складові глобальних перетворень.

При створенні етнічно орієнтованого бренду постає питання надмірної адаптивності та інтернаціоналізації сучасного дизайну, від чого втрачається своєрідність, неповторність та індивідуальність певного етносу, що вказує на приналежність до певної культури. Прагнення до відтворення етноджерел, потреба в посиленні естетичних функцій, ставлять перед дизайнерами складні завдання, пов'язані з розвитком і

¹ © Пашкевич К. Л.

² © Овчарек В.Є.

просуванням національної ідеї. Дизайн є одним із чинників відновлення та збереження зв'язків між людиною та його національним корінням. Національні традиції, самобутні художні образи, що відтворюють характер народу, є невичерпним джерелом творчості [1]. Використання традиційних та інноваційних технологій, національної художньо-образної системи декоративно-прикладного мистецтва, особливостей формоутворення національного костюму, їхніх колористичних рішень сприяє створенню гармонійних об'єктів дизайну.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Використання українського етносу в колекціях сучасних дизайнерів одягу описували І.А. Гардабхадзе [2], Т.Ф. Кротова [3], М.Т. Мельник [4], О.Д. Тканко [5], А.А. Гоцалюк [6], Т.М. Чухліб [7] та інші. Аналіз української культури в своїх роботах виконують Т.О. Ніколаєва [1], Т.В. Кара-Васильєва [8], Ю.Г. Легенький [9], М.Р. Селівачов [10], З.О. Тканко [11] та інші.

Аналіз показує необхідність популяризації вітчизняних брендів у світі та завоювання конкурентних позицій на українському фешн-ринку шляхом витіснення зарубіжного мас-маркету вигідними пропозиціями вітчизняних брендів українському споживачеві. Одним з шляхів досягнення цієї мети є розробка етнічно орієнтованих брендів модного одягу на базі інтеграції національного культурного контексту, що надасть ексклюзивність бренду.

Мета. Метою дослідження є визначення особливостей використання етюджерел в дизайні колекцій сучасного одягу.

Основна частина. Етнічні витоки української культури в сучасному дизайні одягу виявляються в низці робіт українських, а також зарубіжних дизайнерів. Творчим переосмисленням та трансформацією автентичних взірців займаються видатні дизайнери: В. Анісімов, Р. Богуцька, О. Ворожбит, О. Громова, Д. Дорожкіна, Т. Земськова, І. Каравай, О. Караванська, З. Ліхачова, Л. Пустовіт. Етнічну українську тематику в своїх колекціях також запозичують В. Гресь, О. Даць, А. Лисиця, О. Муха, А. Тан, О. Теліженко та інші. Елементи української

культури показують в своїх колекціях відомі світові дизайнери: Жан-Поль Готьє, Джон Гальяно, Прабаб Гурунг тощо.

Яскравим представником етностилу в українській індустрії моди є дизайнер Лілія Пустовіт. Весняна колекція Л. Пустовіт, показана в рамках Ukrainian Fashion Week 2013, мала назву «Urban Mosaic» [12]. Ключовою рисою колекції стали принти з хрестами, ромбами та зірками. Джерелом натхнення для розробки принтів стала вишивка Поділля. Дизайнер активно поєднує класику та етнічні мотиви, більшість колекцій дизайнера складають витончені класичні сукні (рис. 1, а). Досконале поєднання «етно» та класики дизайнер пропонує в образах класичного костюму з яскравими принтами.

Використовував етнічні мотиви в своїй творчості відомий класик чоловічого костюму – Михайло Воронін. У 2005 році дизайнер представив колекцію «Кураж» в якій поєднав українські вишиванки і шаровари разом із укороченими смокінгами [13].

На тижні моди FW 09/10 у Парижі була представлена колекція арт-директора модного дому Діор, британського дизайнера Джона Гальяно. Він створив її за мотивами національних костюмів України та інших країн Східної Європи. В оздобленні використав червоний і чорний кольори; рукави блузок і подоли спідниць прикрасив стилізованою вишивкою. Чобітки оздобив гуцульськими помпонами. Критики назвали колекцію «Заморожені українські наречені». Голови дівчат щільно облягали капелюшки з монет. У гримі моделі нагадували Панночку з повісті М. Гоголя «Вій». Джон Гальяно також використовував українські мотиви у 1998 році для створення колекції «Історія української нареченої, яка втекла з циганами і мандрівним цирком» для модного Дому Живанші.

Колекція Жана-Поля Готьє FW 05/06 була нав'язана українськими мотивами. Голови моделей прикрашали вінки з кіс. Створені дизайнером яскраво-червоні козакини з великими хутряними комірами, розшиті бісером і паетками, шаровари з жовтого оксамиту та трапецієподібні спідниці завдовжки до колін отримали імена «Світлана», «Людмила» тощо [14].

Американський дизайнер Прабал Гурунг був вражений сміливими українськими жінками, котрі займаються бойовими мистецтвами. У його колекції FW 13/14 року домінують темні, насичені, земляні кольори у поєднанні з вишивкою (рис. 1, г).

Модний дім Gucci теж не оминув української етнокультури, зокрема гуцульську. Арт-директор Фріда Джаніні восени 2008 року оздобила вбрання українською вишивкою, в якій переважали геометричні візерунки, притаманні для регіонів Поділля та Гуцульщини (рис. 1, д).



Рис. 1. Українські етномотиви в колекціях сучасних дизайнерів: а – POUSTOVIT SS13; б – KARAVAY SS16; в – Roksolana Bogutska FW15/16; г – Prabal Gurung FW13/14; д – Gucci FW08/09

Трансформація національних мотивів в сучасному одязі в останні десятиліття випереджає своїх попередників. Дизайнери зуміли трансформувати класику багатопредметності національного українського костюму у повсякденний одяг, наприклад, на подіумах можна побачити подвійні спідниці. Відбувається пошук нових модних пропорцій та композиційних вирішень у костюмі [15].

Дизайнери трансформують не лише форми та колористику костюмів, а й напряму використовують українську автентичну вишивку в сучасних моделях одягу. Українські автентичні

аксесуари майже не піддалися трансформації, а лише частковій варіативності; наприклад, українське автентичне намисто сьогодні активно використовується на українських та світових подіумах.

Таким чином, українську культурну спадщину переосмислюють у світі, тому що багатогранність української культури дозволяє вільно та сміливо створювати варіації ансамблів одягу, а не лише авторські етнічні принти та інше оздоблення.

Ідея створення брендингових товарів на основі трансформації зразків декоративно-прикладного, образотворчого мистецтва та фольклору не є новою. Етноджерелами можна вважати фольклор (народний епос, музика, лірика, драма тощо), образотворче мистецтво (малярство, живопис, скульптура тощо), народний костюм, предмети побуту, твори архітектури, декоративно-прикладне мистецтво (вишивка, прядіння, ткацтво, писанкарство) тощо [16]. Звернення до витоків етносу не повинне бути механічним копіюванням раніше опрацьованих здобутків, а має бути продовженням їх розвитку та збагачення, тобто сягати втілення нових форм, композиційних та колористично-декоративних образів.

Створення нових форм сучасного одягу базується на процесах творчої підготовки, пошуку та синтезу відібраних якостей вже існуючого народного вбрання чи елементів побуту. Даний процес є експериментальним та залежить від завдань, які ставить перед собою митець. Трансформація творчого етнічного джерела є складним процесом та потребує створення нової гармонійної композиції на основі аналізу вже існуючої з урахуванням конструкторсько-технологічних вимог.

Характерною особливістю розробки дизайну сучасного костюму на основі етноджерел є багатогранність українських субетносів: гуцули, лемки, бойки тощо. Питання світової соціальної конкуренції постає також, як причинно-наслідковий чинник звернення до етносу в моді, що в свою чергу вказує на готовність міжетнічних контактів оточення. Причинами звернення до етносу можна назвати, насамперед, рушійні зміни

в соціально-політичній сфері та культурі в сучасному світі; світову соціальну конкуренцію; гетерогенність сучасного суспільства; готовність до міжетнічних контактів з боку світового оточення; глобалізацію процесів моди тощо [17].

Актуальність тематики етно полягає у піднесенні іміджу вітчизняної культури та бренду «Україна» у світовому соціокультурному просторі. Збереження традицій є необхідною умовою гармонійного розвитку етнодизайну. Місце етнокультури в модних інноваціях сучасності визначають переваги доцільності створення саме етнічно орієнтованих брендів, до яких можна віднести: чітко визначену конкурентну стратегію диференціації, етнічну сегментованість, баланс індивідуалізації та стандартизації, культурні акценти в PR-заходах, постійна актуальність тематики етно тощо.

В рамках дослідження проведено анкетне опитування з метою виявлення актуальності тематики етно серед споживачів одягу. В анкетуванні взяли участь 100 українських жінок віком 18 – 45 років. З огляду результатів опитування стало відомо, що віддають перевагу класичному стилю в одязі – 48%, стилю кежуал – 28%, спортивному – 14%, решта – романтичному. При цьому рівень емоційного задоволення наявною продукцією в обраному стилі високий у 36% опитаних жінок, середній у 58%, низький у 6%. 50% респондентів заявили про прагнення урізноманітнення асортиментного ряду повсякденного одягу, 36% респондентів заявили про потребу в урізноманітненні одягу для роботи.

Позитивно відносяться до тематики етно – 84%. Питання щодо актуальності продукції із етнічними елементами у респондентів було сприйняте, як позитивне та таке, що цікавить у 40% опитаних, при цьому невпевнене зацікавлення висловили 44% від загальної кількості респондентів. Основною причиною зацікавленості етнопродукцією респонденти обрали її унікальність та вирізнення з-поміж інших (36%), а 14% вважають етнотематику зараз трендовою в світі. 64% опитаних бажають етноелементи бачити в одязі платтяно-блузкового асортименту, 12% – у верхньому одязі, 12% – у взутті та аксесуарах. Запропонована концепція розробки нового

асортиментного ряду одягу із етнічними елементами в сегменті класики ділового одягу знайшла підтримку в 60% опитаних жінок, що свідчить про її актуальність та є основою для успішної розробки етнічно орієнтованого бренду із зайняттям власної споживчої ніші.

Результати анкетного опитування підтверджують актуальність створення етно орієнтованих брендів та обумовлюють популярність таких українських брендів як SVITLO, FOBERINI, Vita Kin та інших.

Формулювання образно-іміджевого напрямку в етномоді базується на сегментуванні бренду відповідно до ознак споживачів, джерел сегментування, чинників впливу джерел сегментування, що відображаються на брендинговій продукції.

Найважливішим чинником при сегментуванні бренду є демографічний, що містить такі характеристики як стать, вік, національність тощо [18]. В умовах світового модного ринку сегментація ринку здійснюється також за географічним принципом, що розподіляє ринок на географічні ринки (зовнішній та внутрішній, ринки окремих країн чи внутрішні регіональні ринки всередині ринку держави). В умовах сегментування етнічно орієнтованого вітчизняного бренду саме внутрішні регіональні ринки викликають найбільшу увагу. Сегментування бренду відповідно до поведінкового та психографічного принципу є не менш важливим та враховує такі характеристики, як тип особистості, склад характеру та стиль життя споживачів. До чинників сегментації також можна віднести соціально-економічні (рівень доходів та приналежність до певної класової групи) та споживчі (прихильність та пріоритетність придбання товарів).

Сегментування бренду є необхідним процесом і дає можливість отримати комерційні результати від продажу брендівих товарів і послуг. Відповідно до джерел сегментування, а саме етнічної спадщини, відбувається конкретизація тематики використання етноджерела, за яким слідує вибір етноджерела (наприклад, автентичного зразка) разом із виявленням способу його обробки. Обрані джерела сегментування безпосередньо впливають на брендинговий

продукт та відповідно до обраного етноджерела визначають асортимент виробів бренду, матеріали, способи обробки, а також втілюють автентичний характер декоративних елементів, або ж натяк на них.

Впровадження української етнічної самобутності в світ моди здійснюється за рахунок запозичення елементів, способів декорування, орнаментики об'єктів дизайну, предметів побуту та творів архітектури, скульптури тощо (рис. 2).



Рис. 2. Використання елементів етніки в стилістиці сучасного одягу

Інтерпретація народного українського етносу в дизайні одягу показує впізнавану в світі колоритність українського вбрання – вишиті мотиви, аплікації, використання шкіри тощо.

Відомо, що трансформація творчого джерела в дизайні одягу повинна відбуватись шляхом виявлення основних тектонічних принципів формоутворення; визначення образного ладу костюма в його зв'язку з елементами декоративно-прикладного мистецтва; виявлення композиційних принципів організації форми; визначення структурно-конструктивної основи побудови форми; виявлення особливостей національного колориту, орнаменталізації; структуризація художньо-декоративних елементів костюма; виявлення знаково-символічних елементів національного костюма [19].

Дизайнер, який звертається до народних традицій, використовує етнічні мотиви як потужний творчий імпульс у пошуку нових образних, художньо-композиційних і конструктивних рішень сучасного одягу. Творчо переосмислюючи народний костюм дизайнер, перш за все, виявляє такі ознаки: символічну функцію костюма та його образне вирішення; способи формоутворення народного одягу; матеріали; раціональність та естетику самостійних елементів системи «народний костюм» (головний убір, взуття, аксесуари тощо); декоративне вирішення костюма: кольорова гама, декор (вишивка, аплікація, бахрома, тасьма тощо); спосіб носіння різних елементів національного костюма; технологію виготовлення та оздоблення народного костюма (клаптева техніка, плетіння, ткацтво, мереживоплетіння тощо).

При використанні предметів декоративно-прикладного мистецтва як творчого джерела для розробки колекцій одягу аналізуються і виявляються характерні особливості джерела творчості, виділяються його основні характерні ознаки: форма джерела, пропорційне членування форми, ритмічна організація елементів форми, фактура, декор, орнаментика, семантична функція елементів, кольорове рішення тощо (рис. 3).

Таким чином, можна виділити кілька методів використання етноджерел у дизайні колекцій сучасного одягу:

- реконструкція конструктивного рішення народного костюма;
- використання декоративних рішень народного костюма: кольорової гами, орнаменту, аксесуарів тощо;
- звернення до декоративно-прикладного мистецтва, ритуальних звичаїв і обрядів, використання предметів народного побуту тощо;
- введення у систему сучасного костюма різних елементів народного костюма для посилення цілісності композиційного вирішення колекції;
- використання технології виготовлення, технік та способів оздоблення народного костюма;

- використання символічної функції народного костюма при виборі кольорової гами, характеру і місця розташування орнаменту, аксесуарів тощо;
- запозичення способу носіння різних елементів національного костюма;
- використання натуральних матеріалів у сучасних моделях (бавовни, льону, шовку, вовни, соломи тощо).



Рис. 3. Застосування різних етноджерел для розробки колекцій сучасного одягу (роботи студентів Київського національного університету технологій та дизайну):
а – різьблена таріль; б – писанка; в – народний костюм

Висновки. Трансформація національних мотивів в стилістиці сучасного одягу залежить від призначення виробу та його іміджевої характеристики. Нові дизайн-концепції створюються шляхом трансформації тектонічних принципів формоутворення та колористики автентичного образу етноджерела або їх частковим запозиченням для створення сучасних художніх образів одягу. Визначено принципи сегментування етно орієнтованого бренду: демографічний, географічний, психографічний та поведінковий. Виділено ознаки одягу в стилістиці етно, основними з яких є тектонічні

принципи формоутворення етноджерела, використання натуральних матеріалів, застосування старовинних способів та технік оздоблення і декорування.

Перспективи подальшого дослідження. Використання української культурної спадщини в дизайні одягу є невичерпним джерелом натхнення для створення довершених моделей. Трансформація творчого етнічного джерела є складним процесом, тому подальші дослідження можуть бути спрямовані на визначення особливостей використання різних творчих етноджерел для розробки колекцій сучасного одягу, що може бути здійснено як на основі теоретичного аналізу творчості відомих дизайнерів, так і шляхом практичної апробації у рамках експериментальних розробок студентських колекцій одягу.

Література

1. *Ніколаєва Т. О.* Український костюм: надія на ренесанс /Т. Ніколаєва – К.: Дніпро, 2005. – 320 с.
2. *Гардабхадзе І. А.* Культурна спадщина України в наукових дослідженнях і художній творчості дизайнерів нового покоління / І. А. Гардабхадзе. // Традиції та новації у вищій архітектурно-художній освіті. – 2013. – № 2. – С. 221–227.
3. *Кротова Т.Ф.* Етно-мотиви і класичні форми в костюмі: свобода перевтілень і межі стилю / Т.Ф. Кротова// Матеріали II Міжнародного конгресу «Етнодизайн: європейський вектор розвитку і національний контекст» (16-18 жовтня 2013 року, м. Полтава).
4. *Мельник М. Т.* Особливості використання елементів традиційного українського костюма при створенні фешн-колекцій. [Електронний ресурс] – URL: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Pkl/2011_27/27.pdf
5. *Тканко О. Д.* Мистецтво костюма в Україні кінця ХХ – початку ХХІ століття: тенденції, школи, національна специфіка: автореф. дис. ... канд. мистецтвознавства: 17. 00. 06 / О. Д. Тканко; Львів. нац. акад. мистец. – Л., 2009. – 16 с.
6. *Гоцалюк А.А.* Соціально-філософський вимір українського одягу. / А.А. Гоцалюк// Мультиверсум. Філософський альманах. – 2014. – Випуск 6–7. – С. 134–135.

7. Чухліб Т. М. Фольклорний стиль сучасного українського одягу / Т. М. Чухліб, Л. Г. Скуратівська // Гуманітарна освіта у технічних вищих навчальних закладах. - 2011. - Вип. 22. - С. 259-269. - URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gotvnz_2011_22_28.
8. Кара-Васильєва Т. Декоративне мистецтво України ХХ ст. У пошуках «великого стилю» / Т. Кара-Васильєва, З. Чегусова. – К. : Либідь, 2005 – 277 с.
9. Легенький Ю. Г. Метаистория костюма / Ю. Г. Легенький. – К.: Аристей, 2003. – 136 с.
10. Селівачов М.Р. Лексикон української орнаментики (іконографія, номінація, стилістика, типологія). / М.Р. Селівачов – 3-тє вид, доп. та випр. – К. : Редакція вісника "АНТ", 2013.– 413 с.
11. Тканко З. Мода в Україні ХХ століття [Текст]: монографія / З. О. Тканко. – Львів: АРТОС, 2015. – 236 с.
12. Офіційний сайт Ukrainian Fashion Week. Poustovit-ss-2013/ [Електронний ресурс] – Режим доступу до сайту: – <http://fashionweek.ua/ru/gallery/poustovit-ss-2013-371>.
13. Штрай А. Воронин / А. Штрай. – К.: Етнос, 2011. – 264 с.
14. Розробка колекцій одягу / А.М. Малинська, К.Л. Пашкевич, М.Р. Смирнова, О.В. Колосніченко. – 2-ге вид. – К.: ПП «НВЦ Профі», 2018. – 140 с.
15. Тимочко К. Р. Розробка колекції жіночого одягу в етно стилі за методикою підвищення художньої довершеності виробу / К.Р. Тимочко, С.Г. Кулешова // Вісник КНУТД. – 2013. - №4. – С. 66-73.
16. Герасименко О.Д. Використання етнічних мотивів в стилістиці сучасного одягу / Герасименко О.Д., Фролов І.В., Колосніченко О.В., Пашкевич К.Л. // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції [«Масова культура у сучасному художньо-комунікаційному просторі»], (Херсон, 18 – 19 травня 2017 р.) / М-во освіти і науки України, ХНТУ. – Херсон: ХНТУ, 2017. – С. 24-27.
17. Довганюк С. М. Інтеграція національного культурного контексту та тенденцій світової моди для розробки етнічно орієнтованого бренду / Довганюк С. М., Пашкевич К. Л. // Вісник ХДАДМ, 2016. - №4 – С. 22-28.
18. Лейни Т.А. Бренд-менеджмент /Лейни Т.А., Семенова Е.А., Шилина С.А. - М.: Дашков и Ко, 2008. – 134 с.

19. *Джалилиан Ф.* Принципи трансформації національних мотивів в стилістиці сучасного дизайну одягу / Ф. Джалилиан // Вісник КНУТД. – 2015. - №5(90). – С. 239-247.

References

1. *Nikolayeva T. O.* Ukrayins'kyy kostyum: nadiya na renesans /T. Nikolayeva – K.: Dnipro, 2005. – 320 s.
2. *Hardabkhadze I. A.* Kul'turna spadshchyna Ukrayiny v naukovykh doslidzhennyakh i khudozhniy tvorchosti dyzayneriv novoho pokolinnya / I. A. Hardabkhadze. // Tradytsiyi ta novatsiyi u vyshchiy arkhitekturno-khudozhniy osviti. – 2013. – № 2. – S. 221–227.
3. *Krotova T.F.* Etno-motyvy i klasychni formy v kostyumi: svoboda perevtilen' i mezhi stylyu / T.F. Krotova// Materialy II Mizhnarodnoho konhresu «Etnodyzayn: yevropeys'kyy vektor rozvytku i natsional'nyy kontekst» (16-18 zhovtnya 2013 roku, m. Poltava).
4. *Mel'nyk M. T.* Osoblyvosti vykorystannya elementiv tradytsiynoho ukrayins'koho kostyuma pry stvorenni feshn-kolektsiy. [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Pkl/2011_27/27.pdf
5. *Tkanko O. D.* Mystetstvo kostyuma v Ukrayini kintsya KhKh – pochatku KhKhI stolittya: tendentsiyi, shkoly, natsional'na spetsyfika: avtoref. dys. ... kand. mystetstvoznavstva: 17. 00. 06 / O. D. Tkanko; L'viv. nats. akad. mystets. – L., 2009. – 16 s.
6. *Hotsalyuk A.A.* Sotsial'no-filosofs'kyy vymir ukrayins'koho odyahu. / A.A. Hotsalyuk// Mul'tyversum. Filososfs'kyy al'manakh. – 2014. – Vypusk 6–7. – S. 134–135.
7. *Chukhlib T. M.* Fol'klornyy styl' suchasnoho ukrayins'koho odyahu / T. M. Chukhlib, L. H. Skurativska // Humanitarna osvita u tekhnichnykh vyshchykh navchal'nykh zakladakh. - 2011. - Vyp. 22. - S. 259-269. - Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/getvnz_2011_22_28.
8. *Kara-Vasyl'yeva T.* Dekoratyvne mystetstvo Ukrayiny KhKh st. U poshukakh «velykoho stylyu» / T. Kara-Vasyl'yeva, Z. Chehusova. – K. : Lybid', 2005 – 277 s.
9. *Lehen'kyu Yu. H.* Metastoryya kostyuma / Yu. H. Lehen'kyu. – K.: Arystey, 2003. – 136 s.
10. *Selivachov M.R.* Leksykon ukrayins'koyi ornamenteiky (ikonohrafiya, nominatsiya, stylistyka, typolohiya): navch. posib. / M.R. Selivachov – 3-tye vyd, dop. ta vypr. – K. : Redaktsiya visnyka "ANT", 2013.– 413 s.

11. *Tkanko Z.* Moda v Ukraini XX stolittya [Tekst]: monohrafiya / Z. O. Tkanko. – L'viv: ARTOS, 2015. – 236 s.
12. Ofitsiynyy sayt Ukrainian Fashion Week. Roustovit-ss-2013/ [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu do saytu: – <http://fashionweek.ua/ru/gallery/poustovit-ss-2013-371>.
13. *Shtray A.* Voronyn / A. Shtray. – K.: Ethnos, 2011. – 264 s.
14. Rozrobka kolektsiy odyahu: navchal'nyy posibnyk. / A.M. Malyn'ska, K.L. Pashkevych, M.R. Smyrnova, O.V. Kolosnichenko – 2-he vyd. – K.: PP «NVTs Profi», 2018. – 140 s.
15. *Tymochko K. R.* Rozrobka kolektsiyi zhinochoho odyahu v etno styli za metodykoyu pidvyshchennya khudozhn'oyi dovershenosti vyrobu / K.R. Tymochko, S.H. Kuleshova // Visnyk KNUTD. – 2013. - №4. – S. 66-73.
16. Vykorystannya etnichnykh motyviv v stylistytsi suchasnoho odyahu / Herasymenko O.D., Frolov I.V., Kolosnichenko O.V., Pashkevych K.L. // Materialy mizhnarodnoyi naukovo-praktychnoyi konferentsiyi [«Masova kul'tura u suchasnomu khudozhn'o-komunikatsiynomu prostori»], (Kherson, 18 – 19 travnya 2017 r.) / M-vo osvity i nauky Ukrainy, KhNTU. – Kherson: KhNTU, 2017. – S. 24-27.
17. Intehratsiya natsional'noho kul'turnoho kontekstu ta tendentsiy svitovoyi mody dlya rozrobky etnichno oriyentovanoho brendu / Dovhanyuk S. M., Pashkevych K. L. // Visnyk KhDADM, 2016. - №4 – S. 22-28.
18. *Leyny T.A.* Brend-menedzhment /Leyny T.A., Semenova E.A., Shylyna S.A. - M.: Dashkov y Ko, 2008. – 134 s.
19. *Dzhalylyan F.* Pryntsypy transformatsiyi natsional'nykh motyviv v stylistytsi suchasnoho dyzaynu odyahu / F. Dzhalylyan // Visnyk KNUTD. – 2015. - №5(90). – S. 239-247.

Аннотация

Пашкевич К.Л., Овчарек В.Е. Особенности использования этно источников в дизайне коллекций современной одежды. В статье рассмотрены виды этно источников для дизайнера коллекций современной одежды и методы их трансформации в костюмные формы. Проанализировано использование этно источников в коллекциях украинских и мировых дизайнеров, определены принципы сегментирования этно ориентированного бренда, сформулированы характеристики одежды в стилистике этно. Проведен анкетный опрос с целью определения актуальности тематики этно у потребителей одежды. Определена последовательность анализа творческих этно источников с целью выделения основных

тектонических принципов их формообразования для использования в дизайне коллекций современной одежды.

Ключевые слова: этно источник, украинский костюм, декоративно-прикладное искусство, коллекция одежды, этно ориентирован бренд.

Abstract

***Pashkevich K.L., Ovcharek V.E. Features of using of ethno sources in the design of modern clothing collections.** In the article methods of development of artistically perfect models of clothes using ethnic sources (folk costume, household items, decorative and applied art, etc.) are considered, the sequence of ethno source transformation into suit forms is determined with the purpose of using for designing modern clothing collections in the ethno style. It is established that the transformation of national motives in the style of modern clothing depends on the purpose of the product and its image characteristics. New design concepts are created by transforming the tectonic principles of form and coloring of the authentic image of the ethno source or by their partial borrowing to create modern artistic images of clothing.*

The use of ethno sources in Ukrainian and world designers collections is analyzed, the principles of segmentation of the ethno-oriented brand are defined, including demographic, geographical, psychographic and behavioral. Segmentation of an ethnically oriented brand is a necessary process and gives an opportunity to obtain commercial results from the sale of branded goods and services. An interview of Ukrainian women was conducted to determine the relevance of ethno themes among clothing consumers. 64% of the respondents want to see ethnic elements in clothing of a dress-blouse range, 12% - in outerwear, 12% - in shoes and accessories. The signs of clothing in ethno style are singled out, the main of which are the principles of ethno source shaping, the use of natural materials, the use of ancient methods and techniques of decoration, etc. A sequence of analysis of creative ethno sources has been determined in order to identify the basic tectonic principles of their shaping for use for designing modern clothing collections.

Keywords: ethno source, Ukrainian costume, arts and crafts, clothing collection, ethno-oriented brand.

Стаття надійшла в редакцію 01.03.2018 р.

Стаття прийнята до друку 11.03.2018 р.