

9. Смирна Л. Століття нонконформізму в українському візуальному мистецтві: Монографія / І-нт проблем сучасного мистецтва НАМ України. К.: Вид-во «Фенікс», 2017. 480 с.: іл.
10. Художники Вінниччини. Науково-популярне видання/Упорядник Назаренко О.О. – Вінниця: ТОВ «Консоль», 2015. – 264 с. С. 114-115.
11. Юр М. Абстрактний живопис України: світові тенденції і національні традиції. Сучасне мистецтво. 2009. Вип. 5. С. 90–103.

УДК 7.03.5(477)(092)

<https://doi.org/10.31652/978-617-UAWCS-2025.36>**М.Т. Мельник**Кандидат мистецтвознавства, доцент
Київський фаховий коледж прикладних наук

м. Київ

e-mail: 545941@ukr.net

УКРАЇНСЬКІ МОТИВИ В ТВОРЧОСТІ ФЕШН-ДИЗАЙНЕРІВ І БРЕНДІВ ПЕРШОЇ ЧВЕРТІ ХХІ СТОЛІТТЯ

Анотація. Розглядається творчість дизайнерів і брендів, які в 2000-2025 роках презентували колекції, розроблені за українськими мотивами, аналізуються їхні підходи до осучаснення елементів традиційного українського костюма, оцінюється їхня популярність закордоном та вплив на формування впізнаваності й трендовості української стилістики в світі.

Ключові слова: українські мотиви, етнічний стиль, український стиль, мода, фешн-тренди, фешн-дизайнери.

Abstract. The work of designers and brands who presented collections based on Ukrainian motifs in 2000-2025 is examined, their approaches to modernizing elements of the traditional Ukrainian costume are analyzed, their popularity abroad and their influence on the formation of the recognition and trendiness of Ukrainian stylistics in the world are assessed.

Keywords: Ukrainian motifs, ethnic style, Ukrainian style, fashion, fashion trends, fashion designers.

В ХХІ століття Україна ввійшла молодого незалежною державою з великими очікуваннями щодо вільного розвою національної культури і моди, які займуть помітне місце в Європі і світі. За чверть століття багато українських фешн-дизайнерів вийшли на міжнародний рівень, а українські мотиви неодноразово з'являлися в колекціях всесвітньовідомих дизайнерів. Проте український стиль досі не сформований і не спозиційований в системі світової моди і тема релевантної стилізації традиційних українських мотивів відповідно до світових фешн-тенденцій залишається актуальною.

Тематика поєднання традиційних мотивів і модних трендів останнім часом досить популярна і різні її аспекти розглядалися багатьма дослідниками. А. Дяченко розглядала народний костюм як засіб вираження духовності нації та оцінювала популярність застосування його окремих елементів при створенні фешн-колекцій [6]. Л. Бович-Углер аналізувала функції традиційного строю, акцентуючи на його важливості як джерела натхнення [2]. Р. Безугла розбирала етностиль в гардеробах перших леді України, як лідерок суспільних думок, що просувають український стиль «у маси» [1]. І. Соловій вивчала досвід українських дизайнерів та фешн-брендів у поєднанні елементів традиційного строю з принципами екологічного виробництва, аналізуючи технологічно-виробничий, конструктивно-проектний та художньо-семантичний аспекти такої інтеграції [13]. П. Гаркін виділив бренди, які активно використовують семантику національної культури, викликають асоціативні зв'язки зі зразками традиційного українського декоративно-ужиткового

мистецтва [4]. В проаналізованих дослідженнях вивчається багато аспектів модного костюма, створеного за українськими народними мотивами, але спеціальної розвідки, присвяченої українським мотивам як тренду світової моди нами не виявлено.

Мета і завдання статті – проаналізувати наскільки українські мотиви в творчості українських і світових фешн-дизайнерів релевантні тенденціям глобальної моди першої чверті XXI ст.

В радянські часи художнє моделювання костюма базувалося на активному використанні традиційних українських мотивів (орнаментів, колористики, крою), які пропагувалися серед населення країни і закордоном. На різноманітних фестивалях мод «країн соціалістичного табору» українським модельерам, як представникам СРСР, обов'язково видавали призи, грамоти й дипломи. Після розпаду Союзу і орієнтації виробництва на ринок виявилось, що декоративний виставковий стиль продукції вітчизняних будинків моделей попитом не користується і всі вони поступово припинили своє існування. В умовах незалежності і ринкової конкуренції українські фешн-дизайнери отримали можливість відкривати власні будинки мод, організовувати власні покази, долучатися до міжнародних проєктів, брати участь у вітчизняних тижнях моди («Сезони моди» з 1997 року, «Lviv fashion week» з 2008 року, «Odessa Fashion Week» з 2015 року). В нових умовах пропозиція мала відповідати не приписам керуючих організацій чи смакам художніх рад, а попиту споживачів. Показово, що серед колекцій кількох перших «Сезонів моди» практично не було робіт за українськими мотивами – ніяких дизайнерських вишиванок чи патріотичних принтів.

Національні мотиви були більш запитані закордоном – дизайнери мали показати власну ідентичність. Але, беручи участь у закордонних показах (як правило для спільнот діаспори) чи представляючи власні шоуруми підчас всесвітніх виставок і тижнів моди, українські дизайнери також не завжди представляли та просували український стиль. Наприклад, львів'янка Оксана Муха, яка в 1991 році розпочала свій бізнес зі створення весільних суконь і досить швидко розширила географію своїх продажів (2025 року бренд «Oksana Mukha» присутній у 70 країнах світу), стилістично гламурна, а окремі українські елементи і мотиви досить рідко з'являються в її колекціях [10].

Індустрія весільних суконь взагалі одна з найбільш успішних у вітчизняній фешн-галузі. В цій ніші, станом на 2024 рік, працювало більше 400 підприємств, які експортували за кордон 95–100% своєї продукції [9]. У колекціях цих виробників українські традиційні мотиви якщо і пропонуються, то лише капсульно, здебільш на внутрішньому ринку, а головна частка їхньої продукції – космополітичний гламур.

«Космополіткою» називали найбільш титуловану і авторитетну українську дизайнерку 2000-х Лілю Пустовіт. Дизайнерка, шукаючи спільні культурні корені різних народів, поєднувала принципи композиційної побудови і крою традиційного костюма з мінімалістичними урбаністичними формами та яскравими авторськими принтами [11]. Етно мотиви в її роботах ніколи не подавалися прямолінійно і вона успішно продавала свої колекції і в росії, і в європейських країнах.

Інший напрямок сучасного українського стилю розвивали найвідоміші представниці Львівської школи художнього моделювання костюма: Р. Богуцька, О. Караванська, О. Даць.

Роксолана Богуцька в 1998 році заснувала однойменний бренд і представила свою першу колекцію на «Сезонах моди». В більшості робіт Богуцької сучасні форми відсилали до українського традиційного строю, традиційні матеріали дизайнерка замінила розкішними шовковими й оксамитовими тканинами, шкірою і хутром, які оздоблювала принтами і вишивками з орнаментами за мотивами традиційних. Особливе місце у творчості дизайнерки посіла вишиванка, щоразу стилізована відповідно до тенденцій моди. Створивши костюми для Катерини Ющенко і виступу Руслани на Євробаченні 2004 року, Богуцька вивела свій бренд на міжнародний рівень і багаторазово брала участь в міжнародних фешн-заходах (Польща, Канада, США, ОАЕ), пропагуючи український стиль, заснований на етнічних мотивах.

О. Караванська, що позиціює себе як «концептуальний арт-бренд одягу», дебютувала на «Сезонах моди» в 1999 році. Бутики й ательє дизайнерки працювали у Львові, Києві, Одесі та Нью-Йорку. У колекціях Караванської присутні елементи еклектичного етнічного стилю – вона сміливо експериментує з «вишиванкою» в різних кольорах і матеріалах, граючись з асиметрією, прозорими і мереживними вставками, орнаментами тощо. З 2014 року Караванська просуває ідею «Vyshyvanka Couture», здійснюючи своєрідну культурну дипломатію України по всьому світу: Нью-Йорк, Чикаго, Лондон, Париж, Санліс, Давос та багато інших [3].

О. Даць, поєднуючи українські традиції з відображенням сучасного життя, з 2005 року почала брати участь у Ukrainian Fashion Week, а 2008-го заснувала бренд «Olena Dats'» і показувала колекції в Парижі на різних майданчиках. Також її одяг представляли близько 20 магазинів на Близькому Сході. В 2022 році Даць презентувала віртуальний проєкт «Оберіг» і створила віртуальний 3D-костюм у співпраці з компанією DressX. Елементи українського стилю досить тонко і вміло вплетені в ідею всіх виробів «Olena Dats'»: «Потужні елементи української символіки є в нашій ДНК, вони живуть і виростають із нашої шкіри» – пояснюється на сайті бренду [15].

В 2000-х не лише українські дизайнери просували український стиль. Помаранчева революція привернула до України увагу світу, в тому числі й модельєрів світового рівня. Свіжий погляд на традиційний український стрій тоді продемонстрували Ж.-П. Готьє, Ф. Джанніні, Д. Гальяно та багато інших.

Першою закордонною колекцією Haute Couture в українському стилі стала робота Жан-Поля Готьє сезону осінь/зима 2005—2006, в якій дизайнер трансформував вишиванки, плахти, кептарі та свити у вишукане сучасне вбрання. Глядацька зала була розбита на сектори, назви яких відповідали назвам географічних регіонів України. Але тоді Україну сприймали ще, здебільш, як частину «колишнього СРСР». Готьє і сам не дуже відмежовував Україну від росії: на голови моделей він одягнув шапки-вушанки, а образ нареченої довершив стилізованою казковою короною-кокошником [20].

Дизайнерські вишиванки створила для бренду «Гуссі» Фріда Джанніні в колекції осінь/зима 2008—2009, доповнивши їх шкіряними куртками, кептарями та аксесуарами. Джанніні вперше подала українське етно у актуальному поза модними трендами вільному богемному стилі (рекламна кампанія цієї колекції відсилала до «дітей природи» гіппі) [19].

До української тематики звертався і найкреативніший дизайнер 2000-х Джон Гальяно, який на сезон осінь/зима 2009-2010 продемонстрував стилізовані вишиванки, свити, намітки, використавши в оздобленні червоний і чорний кольори, вишивки, гуцульські помпони, дукачі тощо [18].

Роботи аналізованих Готьє, Джанніні і Гальяно, безумовно, привернули увагу світу моди до України, але, по-перше, це були лише колекції одного сезону, не підтримані більшістю брендів, а по-друге – етнічні елементи цими дизайнерами подавалися в такій суміші, що, попри прямі висловлювання про Україну як джерело натхнення, «своїми» їх вважали і балканські країни, і росія. З іншого боку, коли українці побачили колекцію Valentino Couture весна-літо 2015, присвячену Марку Шагалу, багато з них ідентифікували інспіровані білоруськими традиційними костюмами образи як «українські».

В Україні 2010-х фешн-дизайнери продовжили пошуки візуальних маркерів національної ідентичності. Наприклад, Ірина Каравай, яка 2011 року заснувала однойменний бренд, упродовж років присвячувала колекції Софії Київській, українському бароко, традиційним народним ремеслам, і, звичайно, традиційному костюму. Ірина додає етнічні мотиви за принципами мінімалізму. «Мені завжди було цікаво інтегрувати українське в сучасний контекст. Працювати з традицією, її кодами та символами. Я й досі люблю наївну, і від того таку емоційну, народну творчість. Але в моїй роботі для мене важлива делікатна інтерпретація цієї теми», — сказала Ірина в інтерв'ю Vogue.UA [14].

Після Революції Гідності, що привернула значну увагу світу до України, дизайнерка Віта Кін створила колекцію вишиваних суконь у стилі «бохо», які стали Instagram-феноменом у 2015 році. «Vyshyvanka by Vita Kin» знімали головні глянцеви журналі та блоги

світу, за право їх продавати боролися головні світові фешн-ритейлери. Використовуючи продумані методи декорування, такі як вишивка та аплікація, Кін вдалося запустити глобальний тренд на українське. У міру розвитку бренду Кін вивчала та впроваджувала інші ремісничі техніки, «розроблені та збережені протягом століть культурами з усього світу», створюючи предмети одягу «зі справжнім відчуттям автентичності в сучасному контексті» [17].

На хвилі всесвітньої популярності вишиванки її інтерпретації виготовляли багато брендів в Україні й закордоном, змінюючи фактури, кольори і орнаменти. Наприклад, Юлія Магдич під однойменною маркою пропонувала складну етнічну 3D-вишивку, розроблену на основі візерунків, знайдених у музеях, приватних колекціях та під час дослідницьких подорожей Україною, переосмислюючи естетику українського національного костюму відповідно до модних трендів. Однак метою дизайнерки була не новизна, а позачасовість: «У нас немає старих і нових колекцій, ми не використовуємо ці терміни», – пояснювала Магдич. Станом на 2025 рік бренд «Yuliya Magdych» представлений у більш ніж 50 країнах світу, зокрема й на таких престижних платформах як «Selfridges» та «Farfetch» [12].

Етно-лакшері пропонує й львівська етнографка Христина Рачицька, яка з 2003 року вишивала сорочки на замовлення, а 2012 року у Львівській академії мистецтв захистила диплом «Жінки мого роду», присвячений вишивці Поділля, і з виробами цієї колекції перемогла у Всеукраїнському конкурсі молодих дизайнерів «Погляд у майбутнє». Дизайнерка заснувала бренд «Khrystyna Rachytska» 2016 року, відкрила шоурум при майстерні у Львові і презентує продукцію у США та Європі. Бренд пропонує невелику кількість (близько десятка виробів на місяць), акцентуючи на ексклюзивності та мистецькій цінності: процесу вишивання передую дослідження автентичних зразків, майстри використовують виключно техніки ручної вишивки, максимально відтворюючи автентичні взори та колірну гаму, кожну річ бренд захищає авторським правом, як витвір мистецтва. Христина наголошує, що її місія — не стільки знайомити з Україною світ, скільки «пробуджувати інтерес українців (зокрема, тих, хто багато років живе в еміграції) до своїх коренів» [5].

Діяльність бренду «Gunia Project» не зводиться до виробництва фешн-продукції і розробка українських мотивів у їхньому одязі й аксесуарах спирається не лише на традиційні орнаменти вишивок, а й інтерпретує естетику різних епох та різних традиційних ремесел, як і українського народного мистецтва. Продукцію бренду можна придбати у 14 країнах – зокрема, у США, Китаї, Японії та країнах Європи. «Хочемо бути брендом із глобальним іменем та амбасадором української культури в світі», – сформулювала співзасновниця бренду Марія Гаврилук [8].

Один з найоригінальніших прикладів роботи з традиційною українською стилістикою та, особливо, з осучасненням орнаментики вишиванок – колекції бренду «Etnodim». Компанія стартувала в 2009 році з інтернет-магазину, у якому продавалися вишиванки ручної роботи від майстрів із Західної України. У 2012 році бренд відкрив власну майстерню, потім – вишивальний і швейний цехи. Бренд поступово розширяв асортимент, включивши товари для дому, домашній текстиль та взуття. Частка закордонних продажів «Etnodim» у 2022 році сягнула 40% і станом на 2025 рік «Etnodim» – один з найпотужніших українських фешн-брендів [5].

Найвідоміший український капелюшник Руслан Багінський заснував однойменний бренд у 2015 році. Натхненний мистецтвом, українськими національними костюмами, архівними сімейними фотографіями та зйомками вінтажної моди, Руслан створює капелюхи, які представлені в багатьох країнах і на найбільших онлайн-ритейлерах: «Farfetch», «Mytheresa», «Net-a-porter» і «Luisa via Roma». Дизайнер завжди підкреслює своє українське походження, хоча в стилістиці його продукції це практично не помітно [16].

2022 року, під впливом російської війни, до української стилістики додалася мілітарна: колористика хакі, пікселізація, патріотичні написи, зображення зброї тощо. Наприклад, художниця Катерина Лісова у колаборації з компанією «Indposhiv» розробила серію «Лютих

вишиванок», поєднавши стилістику української традиційної вишивки Поділля і стилізовані зображення протитанкових «їжаків», далекобійної зброї HIMARS та Bayraktar [7].

Аналізовані українські мотиви в колекціях фешн-дизайнерів і брендів засвідчують великий потенціал заснованої на них стилістики і в успішній роботі, і в розширенні діяльності закордон, і в популяризації української культури та формуванні її впізнаваного привабливого образу в світі. Безумовно це тривалий процес, світові тренди часто змінюються, але коли українські мотиви не нав'язуються державною політикою, а циркулюють в моді вільно, то дизайнери проявляють креативне мислення і пропонують актуальну комерційно успішну продукцію. Подальшим напрямком досліджень може бути аналіз неорнаментальних складових українського стилю в моді.

Список використаних джерел:

1. Безугла Р. Український народний костюм як синтез традиції і сучасності (на прикладі вбрання перших леді України). *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* № 3'2022. С. 95-100.
2. Бович-Углер Л. Народний традиційний стрій як об'єкт дослідження та джерело творчості в дизайні. *Вісник Львівської національної академії мистецтв*. Вип. 33. 2017. С.114-122. URL: https://lnam.edu.ua/files/Academy/nauka/visnyk/pdf_visnyk/33/114-122_Vovych_Uhliar.pdf (дата звернення 27.02.2025)
3. Випускники кафедри. Кафедра дизайну костюму. *Львівська національна академія мистецтв*. <https://lnam.edu.ua/uk/faculty/design/costume/vipuskniki-kafedri.html> (дата звернення 27.02.2025).
4. Гаркін П. Етнічні мотиви у айдентиці сучасних українських брендів дизайнерського одягу 2024. *Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції «Етнокультурні традиції в образотворчому мистецтві та дизайні України»*. Київ. 2024. С. 17-22.
5. Грицик Т., Терещенко Д. Вартість — від \$1000. Бренд Христини Рачицької вишиває сорочки понад півроку та захищає їх авторським правом. Як підприємця будує бізнес з мільйонним виторгом. *Forbes Ukraine*. 28 квітня 2024. URL: <https://forbes.ua/business/vartist-ponad-1000-brend-khristini-rachitskoi-vishivae-sorochki-ponad-pivroku-ta-zakhishchae-ikh-avtorskim-pravom-yak-pidpriemitsya-budue-biznes-z-milyonnim-vitorgom-28042024-20508> (дата звернення 27.02.2025).
6. Дяченко А.В. Роль історичних костюмів у створенні колекції сучасного одягу. *Innovative solutions in modern science* № 1(10), 2017. С. 1-10.
7. «Люті взори». Відкриття виставки Каті Лісової. *Мітец*. 19 квітня 2023. URL: <https://mitec.ua/lyuti-vzory-vidkryttya-vystavky-kati-lisovoyi/> (дата звернення 01.03.2025).
8. Міроненко Т. Frolov, Ksenia Schnaider, Ruslan Baginskiy та інші. Forbes вибрав 26 відомих українські бренди, які обожнюють за кордоном. *Forbes Ukraine*. 22 жовтня 2023. URL: <https://forbes.ua/lifestyle/frolov-ksenia-schnaider-ruslan-baginskiy-ta-inshi-forbes-vibrav-23-vidomikh-ukrainskikh-brendi-yaki-obozhnyuyut-za-kordonom-22102023-16827> (дата звернення 27.02.2025).
9. Підгайна Є. «Після одного з показів в Україну зайшло замовлень на 2 млн євро»: як українська індустрія весільних суконь пробивається до топу світових виробників. *Mind*. 11 листопада 2024. URL: <https://mind.ua/publications/20281345-pislya-odnogo-z-pokaziv-v-ukrayinu-zajshlo-zamovlen-na-2-mln-evro-yak-ukrayinska-industriya-vesilnih> (дата звернення 27.02.2025).
10. Про нас. *Oksana Mukha*. URL: <https://oksana-mukha.com/ua/about-us> (дата звернення 24.02.2024).
11. Про нас. *Poustovit*. URL: <https://poustovit.com/uk/pages/about> (дата звернення 26.02.2025).
12. Про нас. *Yuliya Magdych*. <https://ua.yuliyamagdych.com/pages/%D0%BF%D1%80%D0%BE-%D0%BD%D0%B0%D1%81> (дата звернення 27.02.2025).

13. Соловій І. Переосмислення української етнокультурної спадщини в контексті сталої моди. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. Випуск 49. 2024. С. 526-532.
14. Шулкіна М. Сила традицій: дизайнерка Ірина Каравай — про українське надбання у своїй творчості. *Vogue.UA*. 4 січня 2024. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/brend/sila-tradiciy-dizaynerka-irina-karavay-pro-ukrajinske-nadbannya-u-svoji-tvorchosti-54347.html> (дата звернення 27.02.2025).
15. About. CV. *Olena Dats'*. URL: <https://olena-dats.com/en/cv/> (дата звернення 27.02.2025).
16. About. *Ruslan Baginskiy*. URL: <https://ruslanbaginskiy.ua/pages/about> (дата звернення 24.02.2025).
17. About. *Vita Kin*. URL: <https://www.vitakin.com/pages/about> (дата звернення 24.02.2025).
18. FF Channel. John Galliano. Fall Winter 2009/2010 Full Fashion Show. Exclusive. *Youtube*. 28 квіт. 2015 р.
URL: https://www.youtube.com/watch?v=xAYv1XH2LeQ&ab_channel=FFChannel (дата звернення 27.02.2025).
19. Gucci Fall 2008-Winter 2009 Ad Campaign. *Haut Fashion*. 09.18.2018. URL: <https://www.hautfashion.com/fashion-ads/gucci-fall-2008-winter-2009-ad-campaign> (дата звернення 27.02.2025).
20. Jeanpaul85. Gaultier Paris Fall 2005. 3 квіт. 2021 р. *YouTube*. URL: https://www.youtube.com/watch?v=xH9S5dXViGo&ab_channel=jeanpaul85 (дата звернення 26.02.2025).
21. Rohotchenko, S., Syvash, I., Odrekhivskyi, V., Kizim, S., & Zuziak, T. (2023). Conceptual transformations of ethnodesign in Ukraine, with regard to the processes of globalization and the introduction of digital technologies. *Journal of Interdisciplinary Research*, 13(2), 51-57.