

Ліана Білякович  
(Київ, Україна)

## ОСОБЛИВОСТІ ДИЗАЙНЕРСЬКОЇ ОСВІТИ В СИСТЕМІ ВИЩОЇ ШКОЛИ НА ПОЧ. ХХІ СТОЛІТТЯ

*У статті проаналізовано проблеми дизайнерської освіти в системі вищої школи України та зарубіжних країн у контексті особливостей розвитку постіндустріального суспільства поч. ХХІ століття; запропоновано шляхи вдосконалення та реформування сучасної системи освітньої підготовки фахівців за спеціальністю «дизайн».*

**Ключові слова:** дизайн, дизайнерська освіта, вища школа, зарубіжний досвід, постіндустріальне суспільство, навчальний процес.

На початку ХХІ століття, коли людство вступило в постіндустріальну форму свого розвитку, у промислово розвинених країнах дизайн став однією з актуальних професій, що динамічно розвиваються. І мова йде не лише про те, що дизайнери, як спеціалісти, стають більш затребуваними, – в постіндустріальному суспільстві змінюється сама концепція професії «дизайнер». Оскільки сучасний дизайн невпинно розширює коло своїх професійних задач актуалізується проблема переосмислення змісту та мети професійної підготовки дизайнерів у вищій школі: підвищення теоретичного, практичного та евристичного рівня дисциплін; розвиток у студентів специфічного дизайнерського мислення; суттєвого реформування навчального процесу у цілому.

Дизайн, як особливий вид творчої діяльності розглянуто в працях Ю. Легенького, Р. Степучева, Р.Б'юкана, Дж.Джонса, М.Кагана, Є. Лазарева, В. Лубенка, В. Рунге, В. Сеньковського, В.Сидоренка, О.Шевнюк та ін.

Роль мистецтва в розвитку майбутнього фахівця-дизайнера розкрита в роботах Ю. Асеева, О.Асмолова, В.Аронова, В.Глазичева, Д.Лебедева, О. Пономарьова, В. Пузанова, О. Рудницької та ін.

Історико-педагогічні аспекти дизайнерської освіти в Україні та за кордоном репрезентовані в наукових розвідках В.Даниленка, М.Селівачова, А. Чебикіна, Н. Ковешнікової, О.Фурси, Л.Оружи, О.Бондаря, Т.Костенка, С.Мигалья, С. Рибіна, Є. Черневича, Р.Шмагала, М.Яковлева, Е. Миська та ін.

Проаналізуємо передумови та чинники, що формують необхідність переосмислення та реформування дизайнерської освіти.

На рубежі ХХ і ХХІ століть почав формуватися новий тип громадських відносин – так зване, постіндустріальне суспільство, ознаки якого пов'язані з радикальними змінами в сфері трудових комунікацій, в структурі економіки, культури і науки. Як відомо, ідея постіндустріального суспільства була висунута американським соціологом Даніелем Беллом у далекому 1919 році у відомій праці «Майбутнє постіндустріальне суспільство». Цікаво, що на думку вченого, етап постіндустріального цивілізаційного розвитку повинен початися саме в ХХІ столітті. Як ми бачимо, його прогноз виявився точним.

Поділяючи історію людського суспільства на три етапи (аграрний, індустріальний та постіндустріальний), Д. Белл характеризує індустріальне суспільство як таке, що організоване довкола виробництва; а домінуючою ознакою постіндустріального етапу він називає перехід від виробництва товарів до виробництва послуг, пов'язаних насамперед з аналітичними дослідженнями, консалтингом та управлінням [1, 118]. Сьогодні, у ХХІ столітті, постіндустріальне суспільство часто називають *інформаційним* або ж *віртуальним*. Основними його особливостями стають наступні:

- інформація поступово стає найголовнішим і найціннішим товаром;
- відбувається активне впровадження інформаційних технологій в усі, без

винятку, сфери людської життєдіяльності.

Серед ознак постіндустріального суспільства варто виділити: домінування абстрактних, теоретичних знань над практичними; збільшення загальної кількості «інтелектуалів» (представників науки, дослідників); бурхливий розвиток новітніх технологій та інновацій; посилення значущості інформації в усіх сферах життя і діяльності; домінування сфери послуг в структурі економіки; розробка і впровадження ресурсозберігаючих, екологічних виробництв; зростання ролі науки і освіти в житті суспільства [1, 127].

На поч. ХХІ століття кон'юнктура дизайнерського ринку суттєво змінилася. Новаторського інжинірингу, маркетингових досліджень та художнього проектування товарів стало вже замало. Розвиток швидкісних комунікацій досяг такого рівня, що практично люба продукція може бути досить швидко скопійована з ефективним зниженням ринкової ціни. При цьому істотно піднялась планка споживацької обізнаності і, як наслідок, споживацької вимогливості і очікувань стосовно продукту. В цій ситуації запорукою конкурентоспроможності стає не проектування продукції, як таке, а дизайнерська концепція виробу [2, 151]. На думку професора О.Б. Гофмана, у постіндустріальному суспільстві відбулася трансформація самого об'єкту дизайну (зокрема, дизайну одягу): крім виконання основної функції, він має задовольняти підсвідомо очікувану споживачем функцію, а саме, відтворювати його емоційний світ і уявлення про прекрасне, покращувати настрій, підвищувати самооцінку та соціальну значимість, виступати семіологічним кодом і транслятором унікальної особистості свого носія. Науковець вважає, що «дизайн у сучасному суспільстві має орієнтуватися на людські потреби і задовольняти психоемоційні сподівання індивідуума; в протилежному випадку він (дизайн) позбавляється свого гуманістичного смислу в культурі і перетворюється в одне із знарядь маніпулювання людиною» [3, 142]. Американський щотижневик *Business Week* (листопад 2014) пише, що професія дизайнера на поч. ХХІ століття повністю змінила свою сутність, перемістившись у галузь мислення, від стилізацій та інновацій, від надання речам форми — до візуалізації нових парадигм у бізнесі [4].

В кінці ХХ століття продукт вважався успішним, якщо характеризувався балансом форми і функції. В ХХІ ст., з настанням ери цифрових технологій (інтегрованих у форму, колір, матеріал), можна говорити про новий виток розвитку промислового дизайну. Серед складових дизайн-продукту детермінантами успіху стають *емоційна* та *сугестивно-інтуїтивна*, що й створюють унікальний образ продукту – *product identity*. Сьогодні основною ідеєю світового брендингу є створення *світу почуттів*, пов'язаних з торговою маркою і навіть з її логотипом. Тому професійна мова дизайну збагатилася концепцією емоційної ергономіки, психології, асоціативного досвіду, — завдяки яким спеціаліст транслює враження і відчуття у повному спектрі. Таким чином, найвідоміші західні «*product design-компанії*» вбачають свою місію в розробці нових інноваційних підходів відносно створення та просування на ринок продуктів і послуг, працюючих як єдине неподільне ціле із своїм брендом [5, 38].

Ще десять років тому термін «нова економіка» можна було побачити лише у міжнародних спеціалізованих виданнях – *Harvard Business Review*, *Business Week*, *The Economist*. Та сьогодні ситуація змінилася і прийшов час подивитись на професію дизайнера по-іншому, а саме, з точки зору, глибинних економічних перетворень індустрії на тлі наростаючої конкуренції з боку Китаю та Індії, розвитку глобальної технологічної інфраструктури та безкінечного зниження витрат в усіх галузях.

Світ електронних комунікацій, в якому ми живемо, стає розгалуженим і багатоканальним, усіяко підсилює можливість донести до споживача ідею нового дизайн-продукту. Кількість зв'язків між учасниками ринку дизайну стрімко наростає і огортає виріб безліччю взаємозв'язків як по вертикалі, так і по горизонталі; дизайн-

продукт вже несе у собі не лише форму та функцію, але й цілий комплекс, пов'язаних з ним послуг [6].

Тому кінцевий продукт дизайну сьогодні все менше відповідає алгоритму і постулатам класичного «дизайн-проекування», як навчальної системи, провідних університетів світу протягом останніх 30 років. У сучасній дизайн-освіті європейських країн акценти перенесено з проектного моделювання, з конструктивного пафосу на аналіз, рефлексію цілей, методів, прийомів, засобів, критеріїв проектної творчості на гносеологічний потенціал проектного мислення. Дизайн у змісті освіти почав зближуватися з мистецтвом в осягненні образів навколишнього світу. До нього звертаються як до засобу проектних уявлень – образів майбутнього. У процесі навчання проектної творчості мова образотворчого мистецтва виступає як можливість критичної рефлексії, пояснення світу і знаходження його внутрішнього механізму, або ж просто як засіб посилення і стимулювання емоцій, а також інтенсифікації перцептивних здібностей особистості.

У Франції, Бельгії, Голландії, Австрії та Скандинавських країнах студенти дизайнерських ВНЗ із великим ентузіазмом експериментують із формою предметів і декором, прагнучи навчитись найбільш повно відтворити дух сучасної цивілізації. Завдяки таким пошукам їхнім попередникам у свій час вдалося навіть створити власний стиль, який став відомим у багатьох країнах під назвою «ар нуво» або у Німеччині «югендстиль» і визначений самим значенням цих двох термінів – новизна і юність [7, 121].

Професор Даниленко В.Я. (Харківська державна академія дизайну) в своїх роботах надав докладний аналіз дизайн-освіти на прикладі провідних дизайнерських шкіл Великобританії, Німеччини, Італії, Швеції, Фінляндії, США, Японії, Австралії.

У Великобританії (Central Saint Martins College of Art and Design (CSM), London; London College of Fashion; Northumbria University School of Design London) і Німеччині (Hochschule für Grafik und Buchkunst, Leipzig; Hochschule für bildende Künste, Hamburg; Hochschule für angewandte Wissenschaften, München; Kunsthochschule Weisensee, Berlin) дизайнерська освіта перебуває під контролем держави, спрямовується та регулюється централізовано. Система підготовки дизайнерських кадрів там структурується за ознакою напрямків дизайн-діяльності так: промисловий дизайн, дизайн середовища, графічний дизайн, дизайн одягу, дизайн взуття, дизайн аксесуарів, дизайн текстилю, дизайн реклами. У країнах Скандинавії (Beckmans College of Design, Sweden, Stockholm; **University of Art and Design Helsinki**, Finland; Bergen National Academy of Arts, Norway) найбільша кількість студентів-дизайнерів навчається на факультетах, що співпрацюють з будівельно-архітектурним сектором економіки; далі йде напрямок, де готують фахівців широкого профілю в галузі візуалістики, а за ним – промисловий дизайн. У південній Європі яскравим явищем є дизайнерські школи вищих навчальних закладів Італії (Istituto Marangoni, Milan; Polimoda, Florence; Domus Academy, Milan; UpToDate Fashion Academy, Milan; Istituto Europeo di Design, Milan; Le Arti Orafe Jewellery School & Academy, Florence; Milano Fashion Institute; Istituto Carlo Secoli, Milan). Система дизайнерської освіти тут не типова і специфічна в «англійсько-німецькому» розумінні. Поясненням цього парадоксу є те, що сама культурна атмосфера Італії з її багатовіковими традиціями в поєднанні з прискореним економічним розвитком, є однією великою школою – своєрідним поживним середовищем, в якому виростають першокласні дизайнери.

Дизайнерська освітня школа Італії ґрунтується на наступних принципах. По-перше, максимальна чіткість, конкретність і навіть вузькість постановки проектних завдань у процесі навчання, що створює перепони на шляху абстрактно-демагогічних інтерпретацій ідеологічної функції школи і перешкоджає розвитку студентської амбіційності. По-друге, діалогічне, тобто анти авторитарне навчання. Цей принцип позбавляє викладача ролі одноосібного носія істини і знань. По-третє, домінуючою

складовою і основою дизайнерської освіти є гуманітарний цикл дисциплін.

Водночас італійський дизайн, що не має єдино скерованої системи художньо-конструкторської освіти, – один із найбільш плодovitих і креативних у галузі педагогічних експериментів та методів проектування. Отже самобутність італійської школи дизайну зумовили наступні показники: широка гуманітарна орієнтація; дуже високий творчий потенціал, дух тотального експерименту, поєднаний з ідеєю повної свободи творчості, розкутої творчої думки, що не визнає ні норм, ні авторитетів; портрете, практично бездоганний професіоналізм і реалізм дизайнерського проектування, що в сумі додає кращим зразкам італійського дизайну неповторно свіжої інтерпретації класицизму.

Значним у розвитку дизайн-освіти Італії є врахування концептуальних засад дизайнерської діяльності, розроблених італійським архітектором Джованні Понті, який був засновником і головним редактором журналу «Domus». Він є експресіоністом у визначенні стилю дизайнерської діяльності і проповідує відірваність від стилю, історичної закріпленості мови формотворення, а натомість пропонує величезну свободу почуттів і самовираження. Даний стиль є домінуючим в італійській дизайн-школі і на сучасному етапі [9, 169].

Цікаво, що така ж самобутня система дизайн-освіти притаманна також Японії. У США (Parson's School of Design, Fashion Institute of Technology, International Academy of Merchandising and Design, Brooks College California) дизайн-освіта, як і сфера освіти в цілому, являє собою строкату картину. Там немає єдиних стандартних вимог до змісту навчальних планів, до надання дипломів про освіту, наукових ступенів тощо. Навчальні заклади мають майже повну автономію, їхня діяльність контролюється лише радами опікунів та інвесторів, а також професійними організаціями. Наслідком цього є великі відмінності в якості підготовки фахівців, що, врешті-решт, оцінюється на ринку праці. У зв'язку з цим структура дизайн-спеціалізацій в американській сфері освіти така, що тут важко провести чіткі межі між різновидами дизайнерської діяльності. Широкого розголосу набули останнім часом відомості про дизайнерську освіту в Австралії (Royal Melbourne Institute of Technology Textiles, College of Art and Design in Halifax). Ця відносно молода країна переселенців є вже не провінцією з нерозбурханим життям, а являє собою багату й суперсучасну «околицю» світу. В Австралії дизайн став статтею національного експорту. І не дивно: країна з 17-мільйонним населенням має близько 40-ка дизайнерських навчальних закладів. Структура основних дизайн-спеціалізацій являє собою таке: провідну роль відіграє графічний дизайн, потім іде дизайн середовища, а за ним – промисловий дизайн [8, 18].

В Україні дизайнерська освіта розвивається у межах загальноєвропейських процесів. Якщо вести мову про вибір орієнтирів для творчого переосмислення закордонного досвіду, то на думку В. Даниленка [8, 27], варто визначити досвід Німеччини та Великобританії, як такий, що досяг високого рівня і водночас має найбільший «ступінь сумісності» з традиціями освітньої дизайнерської галузі, що й в Україні.

Реалізація сучасної освітньої парадигми в Україні відкрила нові можливості для підготовки майбутніх фахівців дизайнерського профілю, здатних творчо вирішувати професійні завдання, використовуючи методи наукових досліджень. Вітчизняна система дизайн-освіти також характеризується реформаторським рухом, динамічним і активним розвитком. Серед вищих навчальних закладів (ВНЗ) України фундаторами дизайнерської освіти є: Харківська державна академія дизайну і мистецтв, Київський національний університет технологій та дизайну, Київський національний університет культури і мистецтв, Львівська національна академія мистецтв, Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв (Київ), Київський державний інститут декоративно-прикладного мистецтва та дизайну ім. М. Бойчука.

Варто зазначити, що на поч. ХХІ ст. в Україні почали відбуватися реформи у

системі підготовки студентів спеціальності «дизайн». Зокрема, науковці і дизайнери-практики вибудували нову модель спеціаліста, згідно з якою він повинен мати більшу здатність адаптуватися до різноманітних проявів дизайн-культури. Унаслідок реформування моделі спеціаліста виникла необхідність модернізації методів викладання, введення нових спеціалізованих курсів і форм організації навчального процесу. Унаслідок реформування моделі спеціаліста виникла необхідність модернізації методів викладання, введення нових спеціалізованих курсів і форм організації навчального процесу. Наприклад, разом із стрижневою дисципліною «дизайн-проектування», у провідних ВНЗ України викладаються такі курси: «основи формоутворення», «основи композиції», «проектна графіка», «комп'ютерна графіка», «матеріалознавство», «методика дизайну», «історія дизайну», «ергономіка», «макетування» та інші. До цього ще, звичайно, додано цикли гуманітарних та загальнохудожніх дисциплін, що є спільним для всіх дизайнерських спеціалізацій в Україні [7, 120].

Подібна структура навчальних дисциплін є нині типовою для багатьох європейських дизайнерських шкіл. Проте, здійснюючи порівняльний аналіз навчально-методичних схем підготовки дизайнерів у ВНЗ Європи, можна виокремити специфічні інноваційні дисципліни, які введені у навчальний процес протягом останніх п'яти-семи років, а саме: *онлайн-комунікації в індустрії моди; бренд-менеджмент у luxury-сегменті; розвиток PR-технологій у дизайні; закупівля в індустрії моди (Buying in the Fashion Industry), віртуальний мерчандайзинг, медіа-закупівлі в індустрії моди, менеджмент комунікацій моди, прогнозування трендів у моді, аналітика трендів, тренди у стилі та іміджі, створення модного образу, технологія моди, стайлінг (styling), 3-D-дизайн-технології, міська культура та урбаністика, міжнародна специфіка fashion-бізнесу, івент-менеджмент в індустрії моди, медіа-дизайн, художньо-аналітичне дослідження моди.*

Варто зазначити, що в Київському національному університеті культури і мистецтв для дизайнерів всіх фахових спеціалізацій викладаються унікальні запатентовані дисципліни, – «прогнозування моди», «методологія прогнозування моди», «аналітика світових трендів», «прогнозування у проектній культурі», – які дають в руки майбутніх дизайнерів потужний інструмент наукової методології аналітики і прогнозування векторів розвитку індустрії моди і проектної культури у цілому. Аналоги перерахованих дисциплін можна побачити лише в навчальних планах кількох славних зарубіжних ВНЗ, а саме – Milano Fashion Institute (MFI), Fashion Academy Up to Date (Мілан), Institute Europeo di Design (IED) (Париж – Мілан – Рим – Барселона – Сан-Паулу), The Institut Francais de la Mode (Париж).

У той же час, узагальнюючи досвід дизайнерської освітньої школи України, констатуємо, що дослідницька компонента не набула достатнього відображення у змісті навчальних програм. Свідченням цього є низький рівень візуального сприймання і мислення, самостійності, творчої активності, ініціативності майбутніх дизайнерів у створенні національного бренду дизайн-продукту на основі дослідження мистецьких традицій та сучасних технологій дизайн-виробництва, а також здатності успішно презентувати їх в індустрії світового дизайну. Такий стан зумовлює необхідність забезпечення належних умов для підвищення рівня теоретичної і професійно-практичної підготовки майбутніх фахівців дизайнерського профілю до художньо-проектної діяльності [10, 71].

Спробуємо надати професійний прогноз щодо розвитку парадигми дизайнерської освіти у майбутньому. На нашу думку, при тих загальноєвропейських масштабах здійснення економічних, науково-технічних і культурних заходів, учасником яких є на сьогодні Україна, в майбутньому спеціальність дизайнера буде мати зовсім іншу професіональну варіативність щодо спеціалізацій (краще назвати їх *категоріями*). До першої категорії ми б віднесли художників-проектувальників як

представників проектування в сфері виробництва і маркетингу (художник-технолог, дизайнер-соціолог, дизайнер-адміністратор та ін.); до другої – художників-експериментаторів, як послідовників науки про експеримент, без яких неможливий високий темп науково-технічного прогресу і зростання культури проектування; і до третьої – художників-макропроектувальників як представників науки про загальні закони розвитку природи, суспільства і мислення, пов'язаних з науково-технічним прогресом і культурою проектування. Дизайнер-макропроектувальник вирізняється великою схильністю до філософського мислення, логічних узагальнень та аналітичного сприйняття дійсності. Звідси самою високою сходинкою кваліфікації дизайнера буде проектувальник-доктор філософії, як свідчення інтелектуальної складової парадигми дизайнерської професії. На наш погляд, ці фахівці будуть головними фігурами в дизайнерській проектній діяльності майбутнього.

Сучасна точка зору на дизайн-освіту ґрунтується на засадах, що проектування – не лише наука і не лише мистецтво, а складний вид інтелектуальної діяльності, успіх якої залежить від правильного поєднання цих двох засобів пізнання. Занадто мала ймовірність домогтися успішного результату шляхом ототожнення проектування з одним з них. Фахівець, що займається проектуванням, крім великого запасу спеціальних знань, повинен володіти гнучкістю і широтою мислення (у тому числі, – абстрактного), вміти точно описати і пояснити явища. Для такого підходу притаманний професійний скептицизм вченого, – з вивіреною методологією, ретельно поставленим експериментом і аналітичною інтерпретацією його результатів, – покликаний довести істинність і необхідність нового проекту. Та нарівні з цим, дизайнер повинен вміти мобілізувати свої почуття, фантазію, викликати абсолютно несподівані поетичні та образні асоціації. Таким чином, нова парадигма дизайнерської освіти у системі вищої школи України має ґрунтуватися на гармонійному балансі науки і мистецтва, щоб запас точних знань і майстерності вченого не притупили гостроту чуттєвого сприйняття світу художника.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Bell D. *The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting.* – N.Y., 1999. – P. 118.
2. Ковешникова Н.А. *Актуальные проблемы дизайн-образования в контексте современной теории и практик дизайна // Вестник Томского государственного университета.* - Томск: ТГУ, 2011. – №4 (96). – С.151-155.
3. Гофман А.Б. *Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения: монография / А.Б. Гофман.* – СПб.: Питер, 2010. – 208 с.
4. Nussbaum B. *Redesign of business in America// Business Week.* – Oct 23, 2014.
5. Храмова Е.Л. *Промышленный дизайн как стратегический инструмент бизнеса // Стратегический менеджмент.* – Москва: ИД Гребенников, 2008. – №4. – С.37-40.
6. Храмова Е.Л. *Промышленный дизайн: в поисках product identity – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.executive.ru/knowledge/announcement/632886/> (дата звернення: 20.10.2016)*
7. Фурса О. *Розвиток дизайн-освіти в Україні і зарубіжжі: історико-порівняльний аспект// Порівняльна професійна педагогіка.* – Київ, 2011. – №2. – С.112-124.
8. Даниленко В.Я. *Дизайн України у світовому контексті художньо-проектної культури ХХ століття (національний та глобалізаційний аспекти) : автореф. дис. д-ра мистецтвознавства: 05.01.03 / Віктор Якович Даниленко; Львів.нац.акад.мистец. – Л., 2006. – 36 с.*
9. Оружа Л.В. *Розвиток дизайнерської освіти в світі / Л.В.Оружа // Науковий часопис НПУ ім.М.П.Драгоманова: зб.наук.праць.- К.: НПУ, 2010. – Вип.7. –С.168-172. – (Серія №13: Проблеми трудової та професійної підготовки).*
10. Бусленко О. *Становлення і розвиток підготовки фахівців*

*Надія Паранько, Тетяна Ніколаєва  
(Київ, Україна)*

## **ТВОРЧА СПАДЩИНА ДОСЛІДНИКА УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ ДОМІНІКА ДЕ ЛЯ ФЛІЗА – ДЖЕРЕЛО НАТХНЕННЯ ДЛЯ ЕТНОДИЗАЙНЕРІВ**

*Стаття присвячена дослідженню творчої спадщини дослідника української культури, француза за походженням, Домініка П'єра Де ля Фліза, а саме: вперше наведені дані досліджень Де ля Фліза по вивченню форм, колориту, орнаменталізації та оздобленню українського народного костюма Київщини з точки зору етнотворця.*

***Ключові слова:** етнотворець, етностиль, національне відродження, дослідження, український народний костюм, джерело натхнення, творча спадщина.*

*The article is dedicated to the research of the heritage of a Ukrainian cultural researcher, french by origin, Dominique Pierre de la Vlies. For the first a detailed research is provided about de la Vlies' study of shape, color, ornaments and decorations of the Ukrainian national costumes of the Kyiv region, from an ethnic designer's point of view.*

***Keywords:** ethnic design, ethnic style, national rebirth, research, ukrainian national costume, source of inspiration, creative heritage.*

В індустрії моди існує неписане правило: в кожному сезоні повинен бути ретрообраз і етнічний образ, які можна комбінувати. На перший погляд, здається, що такий підхід обмежує дизайнера, однак насправді він забезпечує безліч варіацій, якщо врахувати кількість історичних періодів і етнічних культур, які можуть послужити джерелом натхнення. Дизайнери для своїх нових колекцій все частіше черпають натхнення з національних костюмів різних народів та епох. Адже етностиль в одязі – це спосіб підкреслити свою індивідуальність і заявити про свою сміливість і незалежність. Відмінною рисою етностилу є неординарність, природність і, що дуже важливо в наш кризовий час, розмаїття кольорів. З допомогою етностилу образ можна позначити автентичними кольорами і це буде не лише елемент костюма, але й визнання любові до певної нації. За даними опитування, проведеного на замовлення італійського інституту моди і дизайну Marangoni, практикуючий дизайнер тричі на рік здійснює подорожі по світу. При цьому вибирає не туристичні місця, а екзотичні маршрути. І для дизайнерів такі подорожі стають джерелом натхнення. Бо звернення до історії, культури та традицій корінних народів різних куточків нашої планети породжує креативне мислення, а всесвітній моді дає потужну новизну. Дизайнер-етнограф не тільки фіксує нові для себе конструктивні рішення, декоративність та кольорову палітру одягу, а й пропускає все це через свою творчу уяву і тільки тоді народжується по-справжньому щось новаторське. Такі дослідження є важливою ланкою на шляху до народження нового тренду.

Дослідженню питання композиційних властивостей форм та різноманітності декору українського народного костюма було присвячено ряд наукових праць В.Г. Білозуба, В.Г. Заболотного, М.Т. Рильського, П. Одарченко, Г. Царинник, О. Пащак-Трач, Т. Ніколаєвої, О.Ю. Косминої, Т. Кара-Васильєвої, З. Васіної Х. Вовка, Д.П. Кривавича, Г.Г. Стельмашука.

Дослідження українського народного костюма посідає значне місце в процесі національного відродження, національного самоствердження та самоідентифікації