

УДК 74.01 + 398
DOI: <https://doi.org/10.32461/2226-3209.3.2018.147626>

Сиваш Ілона Олегівна
аспірантка Національної академії
керівних кадрів культури і мистецтв
ORCID 0000-0003-3597-9792

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ЕТНОДИЗАЙНУ В УКРАЇНІ

Мета роботи – розглянути концептуальні засади етнодизайну та його специфіку на сучасному етапі культурно-мистецького розвитку України. Дослідження пов'язане з аналізом етнодизайнерських підходів до художньо-проектної діяльності. **Методологія** дослідження ґрунтується на соціокультурному та історико-мистецтвознавчому методах, які дозволяють розкрити вплив етномистецьких традицій на формування в різних видах дизайну, виявити соціокультурні чинники етнодизайну й характерні особливості культури Західного та Східного регіонів України. **Наукова новизна роботи** полягає у формуванні авторської концепції українського етнодизайну. Осучаснення традиційних художніх форм сприятиме розвитку національного стилю та утвердженню національного іміджу Української держави. **Висновки.** У статті розкрито важливу роль етнодизайну в дизайн-процесах України кінця ХХ – початку ХХІ ст. На основі проведеної аналітичної роботи визначено головні положення подальшого розвитку етнодизайну: формування як зв'язок утилітарного й естетичного в дизайн-об'єкті, стильове вирішення як прояв певних ідеологічних настанов, використання українських етномотивів як творча інтерпретація творів архітектури, образотворчого та декоративно-прикладного мистецтва.

Ключові слова: етнодизайн; етномистецькі традиції; творча інтерпретація; формування; стиль; український національний стиль.

Сиваш Ілона Олегівна, аспірантка Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв

Концептуальные основы этнодизайна в Украине

Цель работы – рассмотреть концептуальные основы этнодизайна и его специфику на современном этапе культурно-художественного развития Украины. Исследование связано с анализом этнодизайнерских подходов к художественно-проектной деятельности. **Методология** исследования основывается на социокультурном и историко-искусствоведческом методах, которые позволяют раскрыть влияние этно-художественных традиций на формирование в разных видах дизайна, выявить социокультурные факторы этнодизайна и характерные особенности культуры Западного и Восточного регионов Украины. **Научная новизна работы** состоит в формировании авторской концепции украинского этнодизайна. Осовременивание традиционных художественных форм будет содействовать развитию национального стиля и утверждению национального имиджа Украинского государства. **Выводы.** В статье раскрыта важная роль этнодизайна в дизайн-процессах Украины конца ХХ – начала ХХІ ст. На основе проведенной аналитической работы определены главные положения дальнейшего развития этнодизайна: формирование как связь утилитарного и эстетического в дизайн-объекте, стилевое решение как проявление определенных идеологических установок, использование украинских этномотивов как творческая интерпретация произведений архитектуры, образотворческого и декоративно-прикладного искусства.

Ключевые слова: этнодизайн; этно-художественные традиции; творческая интерпретация; формирование; стиль; украинский национальный стиль.

Sivash Ilona, Postgraduate student, National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts

The conceptual foundations of Ethno-Design in Ukraine

The purpose of the article is to consider the conceptual foundations of ethnodizaina and its specificity at the present stage of the cultural and artistic development of Ukraine. The research is related to the analysis of ethno-designer approaches to artistic and design activities. **The methodology** of the research is based on socio-cultural and historical-artistic methods, which allow to reveal the influence of ethno-artistic traditions on shaping in different types of design, to reveal socio-cultural factors of ethnodizaina and characteristic features of the culture of the Western and Eastern regions of Ukraine. **The scientific novelty** of the work is the formation of the author's conception of Ukrainian ethnodizaina. The modernization of traditional artistic forms will contribute to the development of the national style and the strengthening of the national image of the Ukrainian state. **Conclusions.** The article reveals the important role of ethnodizain in the design processes of Ukraine at the end of the ХХ - the beginning of the ХХІ century. On the basis of the conducted analytical work, the main provisions of the further development of ethnodizaina are defined: formation as a link between utilitarian and aesthetic in a design facility, a stylistic solution as a manifestation of certain ideological guides, the use of Ukrainian ethnonyms as a creative interpretation of works of architecture, fine arts and applied art.

Keywords: ethno-design; ethno-artistic traditions; interpretation; forming; style; national style.

Актуальність теми дослідження. Етнодизайн – це звернення до народного мистецтва, етнічних мотивів як до джерела натхнення; використання стилістичних, декорувальних, формотворчих прийомів народної творчості й художніх ремесл у творах графічного, промислового дизайну, дизайну інтер'єру, ландшафту, одягу. Дизайнери сьогодні все частіше наближаються до етнотематики. Переосмислення національних мотивів архітектури, образотворчого й декоративно-прикладного мистецтва, народної культури, зацікавлення традиційною орнаментикою та колористикою присутнє в дизайні багатьох країн. Космополітичність дизайнерських вирішень, інтернаціональність образної мови роблять продукцію дизайну зрозумілою для широких мас, незалежно від національної, релігійної, світоглядної належності тощо. Та поряд з універсальністю дизайн, що є інструментом суспільного впливу і задіяний

майже в усіх сферах життя людини, є засобом культуротворчим, який формує навколишній світ. Тому, коли виникає в суспільстві потреба національної самоідентифікації, потреба позиціонувати продукт на міжнародному ринку як певний національний бренд, відбувається переосмислення, звернення до культурної спадщини.

Аналіз досліджень і публікацій. Тема етнодизайну є вельми актуальною, але доволі складною в контексті проектних пропозицій, оскільки на рівні теоретичного аналізу існує чимало наукових статей, монографій, матеріалів конференцій, енциклопедій, зокрема [2-5; 6; 8-10; 12-15], описових публікацій у ЗМІ, чого не можна сказати про реалізацію конкретного дизайн-продукту. Суперечливість новаторства й традицій особливо виявляється в мегаполісах та великих містах: технологізація та промислова стандартизація об'єктів, відірваність населення від природи не сприяють широкому використанню етнічної стилістики. На цьому етапі її можна побачити в заміських будинках, проектуванні окремих тематичних інтер'єрів, меблів для готелів, ресторанів чи закладів культури, в сувенірній продукції, упаковці, одязі, аксесуарах та декорі.

Ю.Легенький зазначає: «...етнодизайн – це нова парадигма бачення складного комплексу народної, ремісничої та професійної культури. Розвиток дизайну з етнічними елементами свідчить про новий період у культурному розвитку українців, який неминуче повинен пробитися крізь товщу універсалізму. Дизайн формує людину і впливає на неї, на її психіку та поведінку. Розробка і впровадження нового етностилю повинні спонукати до відродження елементів традицій, обрядовості, до бажання ідентифікації з українським народом» [7, 217].

Зростання конкуренції на світовому ринку товарів і послуг висуває нові, більш жорсткі вимоги до виробленої продукції, яка має бути не лише бездоганною за якістю, але й гідно репрезентувати національну самобутність країни-виробника. В сучасних умовах стандартів та уніфікованості зростає роль культури, що ідентифікує й презентує націю серед багатьох народів світу. Відповідно, сьогодні замовник, прагнучи бачити в дизайні етномотиви, й виконавець – дизайнерська або рекламна агенція, що пропонують використання етнічної стилістики, йдуть від потреби в національному та автентичному. Такі явища стають все частішими та в суспільстві відіграють роль об'єднувального чинника. Творче осмислення й освоєння українських етномистецьких традицій сприятиме збереженню унікальної культурної спадщини.

Мета статті – проаналізувати наявні етнодизайнерські підходи та запропонувати авторську концепцію етнодизайну на сучасному етапі культурно-мистецького розвитку України.

Виклад основного матеріалу. Етнічне відродження пов'язане з активізацією зацікавленості широких мас у пізнанні власної історії, культури, традицій, з підвищеним прагненням через культурно-мистецьку діяльність усвідомити свою самобутність. Етнічному виживанню сприяють вибіркоче запозичення й контрольовані культурні контакти. Відродження національної культури – це процес якісного оновлення її основних компонентів, що передбачає їхнє повноцінне функціонування згідно з потребами сучасного та майбутнього розвитку, національного життя [5, 43–44]. «Почуття етнічної належності в сучасних індустріальних суспільствах виконує компенсаторну функцію. Ознаки етнізації на естетичному рівні залежать від процесу виробництва, об'єктів та суб'єктів, знаків і стилів [5, 131]».

Є.Антонович вважає, що універсальність національної культури як феномену інтегрує досягнення українського народу та має особливості гармонійного саморозвитку, вимагає такої соціокультурної організації суспільства, яка б сприяла системному духовно-культурному розвитку кожної особистості. Національна культура, маючи високий виховний та освітній потенціал, виступає потужним чинником розвитку людини, її соціалізації, індивідуалізації, етнокультурної ідентифікації. Зміни у сприйнятті, осмисленні та впровадженні національних культурних надбань і регіональних особливостей у художньо-проектну практику ХХІ ст. висувають як першочергові завдання пошуки українського національного стилю [1]. Стиль – це усталена система, яка виражається в наявності визначених рис у творах образотворчого й декоративного мистецтва, архітектури, дизайну, прикладної графіки певного історичного періоду. Найбільш наочні ознаки – своєрідність композиційних схем, засобів побудови форми, колірних сполучень, елементів декору, використаних матеріалів [1, 144].

Країни, що сьогодні є лідерами у сфері дизайну, включаючи у свої вироби елементи етно, акцентують національну належність, прагнуть інтегрувати свою культуру у світ, стають об'єднувальним фактором суспільства у своїй державі. Різні сфери дизайну використовують народну, етнічну культуру як джерело натхнення, але на сьогодні така практика набуває постійної основи. Зацікавлення народною культурою стає не лише тимчасовим актуальним трендом, а й певною культурною політикою компаній і навіть країн. Ці тенденції особливо поширилися, починаючи з кінця ХХ ст., в дизайні як економічно розвинених країн, так і постколоніальних, які не мали можливостей самовираження в попередні періоди, а також у регіонах, де розвиток дизайну був неможливим через економічні причини. В одних випадках мотиваціями були патріотичні почуття та процеси відродження національної культури, в інших – прагнення бути впізнаваними на міжнародних ринках. Названі тенденції охоплюють як графічний дизайн, так і веб-дизайн, упаковку, дизайн костюма, дизайн середовища. Незалежно від наявності державної підтримки, економічного стану країни, модних трендів, на сьогодні ми спостерігаємо збільшення етнічних мотивів у дизайні країн Європи та Азії. В одних ситуаціях це є певною

тенденцією, в інших, наприклад, в Японії, Кореї, риси національного мистецтва давно увійшли в складову національної концепції, національного стилю в дизайні.

В Україні до народних мотивів художники звертались з кінця XIX ст. Тривалий час існування України в складі Радянського союзу також був позначений зацікавленням народним мистецтвом як основою для формування художньої промисловості. Починаючи з років Незалежності, дизайнери вже шукали нові ринки, створювали власний стиль, власне дизайн-бачення, мали доступ до робіт іноземних колег, були зняті цензурні рамки, з'явилась змога працювати безпосередньо з замовниками, не лише виконувати державні замовлення. З одного боку це сприяло свободі творчості, з іншого – мало й негативні наслідки, серед яких масове копіювання зразків іноземного дизайну, підлаштування під невисокий смак замовника, псевдонаціоналізація. Тому помітна частина дизайн-розробок 1990-х років в Україні не вирізнялася високою якістю, хоча, звісно, були й вдалі приклади. Зрозуміло, що експерименти з етнічними мотивами теж були неоднорідними, мали вигляд певної «шароварщини». В різній мірі це проявилось у певних видах дизайну, особливо в графічному дизайні та рекламі. Пошуки національного стилю проводилися переважно в площині використання зовнішніх ідентифікуючих ознак, причому використання елементів народної культури відбувалося шляхом запозичення, без адаптації до сучасних тенденцій. Це мало негативне ставлення дизайнерів і глядацької аудиторії до занадто прямолінійної українізації візуальних форм. Про подібні проблеми зазначає і С.Прищенко, аналізуючи графічний дизайн: «В українських дизайн-розробках кінця XX ст. здебільшого можна побачити механічне запозичення мотивів селянського мистецтва та накладання їх на позанаціональні об'єкти. Сформувалось і закріпилось поняття «псевдонаціоналізації». Прагнучі до надання національного колориту своїй продукції, працюючи виключно на внутрішній ринок, не маючи достатньої практики роботи над комерційними замовленнями, дизайнери часто не використовували потенціал народного мистецтва, а йшли лише поверховим шляхом. На жаль, поки що зображальні засоби українського декоративно-прикладного мистецтва, як то – стилізовані й геометрично формалізовані природні форми, фантастичні риси, українська колористика, імітація технік колажу та апплікації залишаються поза увагою більшості дизайнерів, хоча є й позитивні приклади сучасної реклами [12, 43]».

Досвід переосмислення української національної культури в промисловій практиці, книгодрукуванні, рекламі, оформленні грошових одиниць був присутній ще в період національного підйому першої третини XX ст.: Г.Нарбут, В.Кричевський, М.Бойчук та інші створювали високопрофесійні графічні роботи, що мали й прикладну функцію, відповідали як дизайнерським вимогам, так і потребам свого часу та свідчили про заглиблення в національну культуру. І сьогодні, якщо говорити про концепцію етнодизайну, важливим є створення таких об'єктів, які допоможуть підняти рівень сприйняття національного в широкому кола споживачів, зробити етнодизайн інструментом формування художньо-проектної культури та національної самосвідомості.

Нині бачимо спроби окремих дизайнерів чи агенцій-лідерів створити концептуальний, сучасний, осмислений продукт, поєднуючи нову візуальну мову з архетипами народної культури (дизайн-студія Юрка Гуцуляка, дизайн-студія «Венко»). Представники поєднання традиційних етнічних мотивів з інтернаціональною стилістикою прагнуть застосувати раціональний підхід до вирішення проблем комунікації. Концептуалізм виражається через чітке розуміння завдання, створення загальної ідеї, її візуалізацію та відповідність вимогам замовника. Таким чином, все частіше етномотиви використовуються з метою створення національно спрямованого, а з іншого боку – універсального продукту, що сприятиме інтеграції нашої культури як для різних верств населення України, так і транслюватиме її у світі. Поступово спостерігається відхід від поверхового цитування до продуманої стилістики, до відродження образів народної культури.

Велике значення з точки зору культуротворчості має звернення до українських етнічних традицій в дизайні костюма. Важливим є переосмислення принципів народного крою та декорування, трансформація традиційних прийомів при створенні колекцій прет-а-порте, масового одягу. Якісний продукт з вишуканим використанням традиційної етнічної складової сприятиме ідентифікації українського костюма в світових модних процесах та сприятиме національній самоідентифікації українців.

Народні мотиви як елементи міського костюма почали використовувати в середовищі української інтелігенції з кінця XIX ст., і вже тоді йшла мова про певну концепцію, адже це виконувало передусім не декоративну, а саме ідеологічну функцію – підкреслити національну приналежність, підтримати українську культуру, своє опозиційне ставлення до імперської влади і т.д. Саме тоді використання вишиванки як елемента костюма стало символізувати патріотичні, подекуди націоналістичні погляди.

У радянські часи доволі часто можна було спостерігати запозичення принципів крою та мотивів орнаментики в зразках промислового одягу. Легка промисловість Радянського Союзу використовувала досягнення народних промислів, впроваджуючи їхні технологічні прийоми та декорувальні мотиви у свою продукцію. Цей підхід допомагав у створенні оригінальних речей, що йшли лімітованими колекціями на міжнародні виставки. Більш прості за вирішенням речі масово виготовлялись для внутрішнього споживача, при цьому підкреслювалось, що політика влади підтримує національну складову в республіках, і стилізовані автентичні мотиви пропонувались як доказ підтримки народних куль-

тур країн, що входили до складу СРСР. Східний регіон України через особливості промислового розвитку та інтернаціонального складу населення тяжів до європейських стилістичних тенденцій.

З подіями 2013-2014 років, Революції Гідності в суспільстві спостерігається піднесення національної самосвідомості, а попит на речі за етнотематикою стає масовим. Українські бренди програмно починають використовувати елементи крою, декору, кольору, пропонуючи якісний продукт, що має й культуротворчі ознаки. Твори на основі етнотрадицій допомагають єднанню українців, відповідають потребам часу. Незважаючи на те, що розвиток дизайну в Україні зумовлений низкою чинників, пов'язаних з політично-економічною ситуацією, не існує централізованої державної підтримки чи державної концепції. Проте, потреба суспільства як у якісному національному продукті, так і в прагненні підкреслити свої культурно-мистецькі корені, свою належність до української культури, сприяє появі на ринку все нових виробників, нових брендів, що пропонують переосмислення народної творчості.

Відкритим до експериментів з етномотивами завжди залишався дизайн середовища. Етно-стиль набуває попути у світі й завдяки суто практичним особливостям, а саме екологічності, адже дизайнери, створюючи інтер'єри, здебільшого використовують натуральні матеріали – дерево, ротанг, шкіру, каміння, глину, метал, тканини. На першому місці залишаються заклади громадського харчування. Традиційна українська кухня давно вже стала певним брендом, знаком якості, затребуваним як серед українців, так і серед туристів. Тому логічним є підкреслення народної складової і в оформленні закладів «Пузата хата», «Картопляна хата», що є в усіх великих містах України. За сприяння дизайнерського колективу вони намагаються створити збірний образ українського національного стилю. В процесі проектування сучасного громадського чи житлового інтер'єру найбільш популярним залишаються міжнародні тренди, а національний колорит може досягатись переважно завдяки автентичним чи виконаним в етностилі аксесуарам, декору. Вплив народних мотивів часто присутній і в інтер'єрах готельних комплексів, що споруджуються в рекреативних зонах Західної України. Нині вже існує розуміння, що Україна може бути привабливою у плані як внутрішнього, так і зовнішнього туризму, тому використання народних мотивів у різновидах дизайну слугує додатковим засобом реклами, формує певні стандарти естетичної якості.

Єдиним видом дизайну, де етномотиви не відіграють великої ролі, є дизайн промисловий. Ця сфера тісно пов'язана з розвитком технологій, спрямована на пошук універсальних, інтернаціональних ідей. Хоча в майбутньому, прагнення надати промисловим виробам національного відтінку може проявитись в більш відчутному масштабі. Можна стверджувати, що нині відбувається формування національної моделі дизайну й констатування науковцями «нового українського стилю», виразного репрезентування українською творчою інтелігенцією художнього світовідчуття власного народу. Але для того, щоб говорити про концепцію етнодизайну в державному масштабі, варто перш за все виробити підходи до дослідження народних зразків, народного мистецтва та обережного, вдумливого використання етномотивів у дизайні, беручи до уваги приклади з художньо-проектної практики Фінляндії, Італії, Японії. Таким чином, доведено, що етнодизайн займає важливу нішу в культурі сучасної України, має потенціал для подальшого розвитку, адже дає змогу надати народній традиції нового імпульсу. Нині, коли процес євроінтеграції стає все актуальнішим, саме етнодизайн, як культурологічний феномен, має завдання знайти компроміс між національними дизайном і світовими дизайн-трендами, втілювати глибинні національні сутності мовою візуальних форм.

Наукова новизна роботи полягає у формуванні авторської концепції українського етнодизайну. Осучаснення традиційних художніх форм сприятиме розвитку національного стилю й утвердженню національного іміджу Української держави. В роботі закладено підвалини продукування етнодизайнерських ідей та цінностей в умовах сучасних культурних практик.

Висновки. Виявлено наявність проблемної ситуації, яка полягає в зникненні унікальних рис української культурної спадщини під впливом глобалізаційних процесів. В Україні етнодизайн набуває все більшої популярності, його основні принципи відповідають потребам суспільства та тенденціям ринку. Гармонізація предметно-просторового середовища повинна відбуватися через свідоме, обґрунтоване використання орнаментики, колористики, декору, символіки, поєднання натуральних, екологічних матеріалів із сучасними матеріалами й технологіями. Концепція українського етнодизайну повинна стати підґрунтям для відродження культури та духовних цінностей, самоідентифікації та бачення свого місця в глобальному культурно-мистецькому просторі. На основі проведеної аналітичної роботи визначено головні положення подальшого розвитку етнодизайну, а саме: формування як зв'язок утилітарного й естетичного в дизайн-об'єкті, стильове вирішення як прояв певних ідеологічних настанов, використання українських етномотивів як творча інтерпретація творів архітектури, образотворчого та декоративно-прикладного мистецтва.

Література

1. Антонович Є. Етноренесанси в культурі ХХ ст. та їхні етнодизайнерські виміри. Етнодизайн: європейський вектор розвитку і національний контекст: збірн. наук. праць / упорядн. і відп. ред. Є.Антонович. Полтава: ПНПУ, 2015. Кн.1. С. 7–11.
2. Афанасьев Ю. Етностиль у контексті етнокультурної, національної та глобалізаційної парадигм. Мистецтвознавчі записки: збірн. наук. праць. Київ: Міленіум, 2011. Вип.19. С. 197–202.

3. Богуцький Ю. Самоорганізація культури: онтологія, динаміка, перспективи: монограф. / Інст. культурології НАМУ. Київ: Веселка, 2008. 199 с.
4. Даниленко В. Дизайн України у світовому контексті художньо-проектної культури: монограф. Харків: ХДАДМ, Колорит, 2005. 244 с.
5. Енциклопедія етнокulturознавства / В.Кремень, Ю.Римаренко, В.Чернець та ін. 2-ге вид. Київ: Державна академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2005. Ч.1. Кн.1. С. 43–44; С. 131.
6. Кара-Васильєва Т. Формування дизайну в Україні художниками авангарду. Нариси з історії українського дизайну ХХ ст.: збірн. статей. Київ: Фенікс, 2012.
7. Легенький Ю. Дизайн: культурологія та естетика. Київ: КДУТД, 2000. 272 с.
8. Личкова В. Семіотика етнокulturи. Трансформаційні процеси в мистецькій освіті та культурі України ХХІ ст.: матеріали Міжнародної наукової конф. Одеса–Київ–Варшава. Київ: НАКККіМ, 2017. 300 с.
9. Михайлов С. Национальное и интернациональное в архитектуре и дизайне: материалы научной конф. «Время дизайна». Санкт-Петербург: Петербургский инст. печати, 2005. С. 121–123.
10. Николаев В. Культурология. ХХ век: энциклопедия в 2-х т. Москва, 1998.
11. Прищенко С., Антонович Є. Дизайн і реклама. Ілюстрований словник: наук. видання / Інст. дизайну та реклами. Київ: НАКККіМ, 2017. 162 с.
12. Прищенко С.В. Національний стиль і псевдонаціоналізація у рекламі: соціокультурний аспект. Наукові дослідження. Теорія і практика: матеріали Міжнародної наукової конференції. Вроцлав, 2012. С. 38–45.
13. Развитие дизайна и элементов стиля от Ренессанса до Постмодернизма. Москва: Мagma, 2004. 544 с.
14. Устюгова Е. Стиль и культура: Опыт построения общей теории стиля. Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2006. 254 с.
15. The Design Encyclopedia. New York: J.Willey and Sons, 1994. 612 p.

References

1. Antonovych, Ye. (2015). Ethno-renaissances in the Culture of XX cent. and its ethno-design modes // Ethno-design: European vector of development and national context: sciences works. Poltava: PNPU. Kn.1. P. 7–11. [in Ukrainian].
2. Afanasyev, Yu. (2011). Ethno-style in the context of ethno-cultural, national and globalization paradigms // Art-criticism notes: sciences works. Kyiv: Millennium. Vol.19. P. 197–202. [in Ukrainian].
3. Bogutsky, Yu. (2008). Culture self-organization: ontology, dynamics, perspectives: monograph / Inst. Cultural Studies of NAMU. Kyiv: Veselka. [in Ukrainian].
4. Danylenko, V. (2005). Design of Ukraine in the world context of artistic-project culture: monograph. Kharkiv: Colorit [in Ukrainian].
5. Encyclopedia of Ethno-Cultural Studies (2005). V.Kremen, Yu.Rimarenko, V.Chernets and others. 2nd ed. Kyiv: State Academy of Managerial Staff of Culture and Arts. Part 1. Book 1. P. 43–44 [in Ukrainian].
6. Kara-Vasileva, T. (2012). Formation of Design in Ukraine by Avant-garde artists. Essays on the history of Ukrainian design of the 20th cent.: sciences articles. Kyiv: Phoenix. P. 111–122. [in Ukrainian].
7. Legenkyj, Y. (2000). Design: Culturology and Aesthetics. Kyiv: KDUTD. P. 217. [In Russian].
8. Lychkovukh, V. Semiotics of Ethno-culture // Transformation processes in artistic education and culture of Ukraine of the XXI cent.: materials of the International Scientific Conference. Odessa–Kyiv–Warsaw. Kyiv: NAKKKiM, 2017. [in Ukrainian].
9. Mikhailov, S. (2005). National and international in Architecture and Design: materials of the Scientific Conference «Design time». St. Petersburg University Publishing. P. 121–123. [In Russian].
10. Nikolayev, V. Culturology. XX century: Encyclopedia in 2 books. Moscow, 1998. [In Russian].
11. Pryshchenko, S., Antonovych, Ye. (2017). Illustrated Dictionary on Design and Advertising: sciences edition. Kyiv: National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts [in Ukrainian].
12. Pryshchenko, S. (2012). National style and pseudo-nationalization in Advertising: the socio-cultural aspect // Scientific research. Theory and practice: materials of the International Scientific Conferences. Wroclaw. P. 38–45. [in Ukrainian].
13. Development of Design and style elements from Renaissance to Postmodernism (2004). Moscow: Magma. [In Russian].
14. Ustyugova, E. (2006). Style and Culture: Experience in building a common Style Theory. St. Petersburg University Publishing. [In Russian].
15. The Design Encyclopedia (1994). New York: J.Willey and Sons.

Стаття надійшла до редакції 20.08.2018 р.