

УДК
 7.05:391

КРИСТИНА ВАСИЛЬЄВА
 Київський національний університет технологій та
 дизайну, Україна
 Житомирський державний університет імені Івана Франка,
 Україна

ДЕКОРАТИВНИЙ РОЗПИС ЯК ЕТНІЧНИЙ МОТИВ ЩО ФОРМУЄ УНІКАЛЬНІСТЬ ФЕШН-ПРОДУКТУ

Мета. Проаналізувати значення декоративного розпису у створенні унікальності бренду у фешн-індустрії, виявити його вплив на культурну самобутність бренду та стратегії комунікації з аудиторією.

Ключові слова: брендинг, декоративний розпис, етнічні мотиви, фешн-дизайн, айдентика, культурна ідентичність

Постановка завдання. У сучасному світі, де фешн-ринок переповнений одноманітними продуктами масової моди, бренди прагнуть виділитись завдяки аутентичності, унікальності та культурній ідентичності. Декоративне оформлення, особливо з національними мотивами, стає не лише частиною декору, а й інструментом стратегічного формування бренду. Проблема полягає у недостатньому дослідженні ролі декоративного розпису в контексті бренд-стратегії в фешн-дизайні.

Методи дослідження. Для виконання даного завдання було використано метод морфологічного аналізу прикладів українських брендів, з використанням етнічних мотивів.

Результати дослідження. У сучасних умовах інтенсивної конкуренції, фешн-брендам важливо формувати унікальну ідентичку, що відрізняє їх від масових марок. Одним з дієвих інструментів візуального та культурного позиціонування є застосування народного декоративного розпису, що поєднуватиме мистецтво, ремесло та маркетинг, створюючи глибокий зв'язок бренду з культурною спадщиною. Залучення розпису, що відображає локальні традиції, дозволяє бренду комунікувати не лише через моду, а й через культурну ідентичність, що збільшує емоційне залучення споживачів та укріплює ціннісну складову бренду через культурну унікальність. Авторський декоративний розпис із використанням народних візерунків створює розпізнаваний образ бренду. Наприклад, такі бренди та дизайнери як Віта Кін [2] (таб.1 а,б), Yuliya Magdych [3] (таб.1 в,г), Gunia Project [1], використовують українську вишивку та орнаменти у своїх колекціях, що стало головною візитною картою бренду, адже впровадження справжніх елементів (навіть у сучасній

стилізації) підкреслює локальність бренду, роблячи його помітнішим на світовому ринку.

Таблиця 1 Застосування українських автентичних візерунків у сучасних брендах



а) українська дизайнерка Віта Кін в сукні Valentino, 2015



б) сукня з колекції вишиванок з декоративними розписами, Vita Kin x Gucci Vault, 2022р.



в) сукня бренду Юлії Магдич з колекції «Ружі»



г) сукня бренду Юлії Магдич з колекції «Півонії»

Декоративний розпис як частина ручної роботи чи графічної стилізації підвищує ціну продукту, його унікальність та демонструє, що використання традиційного орнаменту може поєднуватися з сучасною формою подачі.. Зростаючий попит на унікальні речі формує нову нішу – одяг з авторським розписом, що пропонує кожному клієнту індивідуальний виріб. Це також сприяє розвитку колаборацій дизайнерів з художниками та майстрами декоративного мистецтва. Такі продукти часто позиціонуються як «свідомий вибір», пов'язаний із підтримкою ремесел, традицій, локального виробництва.

Висновок Декоративний розпис виконує значну роль у побудові бренду в сучасній фешн-індустрії. Використання етнічних або авторських стилізацій сприяє створенню унікальної візуальної мови бренду, формуючи культурну ідентичність, емоційний контакт з аудиторією та зростання вартості і ексклюзивності продукту. У контексті сучасних трендів сталості, повернення до ручної майстерності, декоративний розпис стає не лише естетичним прийомом, а й стратегічним інструментом бренду.

Література

1. Gunia Project. URL: <https://guniaproject.com> (дата звернення 02.10.2025);
2. Vita Kin. URL: <https://www.vitakin.com/> (дата звернення 02.10.2025);
3. Yuliya Magdych. URL: <https://ua.yuliyamagdych.com> (дата звернення 02.10.2025).