

УДК 391:323.1(477)

DOI <https://doi.org/10.32782/uad.2022.3.3>**Долеско Світлана Валеріївна,**

аспірантка кафедри мистецтвознавчої експертизи

Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв

ORCID ID: 0000-0001-6702-5606

svitlana@dolesko.com

МИСТЕЦТВОЗНАВЧИЙ ТРАНСФЕР УКРАЇНСЬКОЇ НАРОДНОЇ СОРОЧКИ В ХХІ СТОЛІТТІ: ГЛОБАЛІЗАЦІЯ ТА ІДЕНТИЧНІСТЬ

З огляду на той факт, що народний український костюм на початку ХХІ століття став засобом етнічної ідентифікації українців у світі, особливо, у контексті військової агресії Росії проти України, що розпочалась у 2014 році й набула повномасштабних обертів 24 лютого 2022 року, **метою дослідження** є аналіз потенціалу мистецтвознавчого трансферу української народної сорочки через призму цілісної системи образу людини в глобалізованому світі на початку ХХІ століття. Доцільно вживати саме поняття «сорочка», або ж, «народна сорочка», тому що поняття «вишиванка», як така, що вишита, децю звужує її трактування. Оскільки традиційно побутувала не тільки вишита, а й мережана чи узороткана. **Методологія дослідження** обумовлена специфікою обраної теми та передбачає залучення методів історизму, мистецтвознавчого аналізу та методу теоретичного узагальнення. **Наукова новизна.** Вперше в сучасному мистецтвознавстві розглянутий мистецтвознавчий трансфер української народної сорочки в умовах осмисленого консьюмеризму й гламуру як суспільної філософії періоду сучасності. За допомогою цього проаналізовано вплив глобалізаційних процесів на розвиток національно-культурної ідентичності українського народу. **Висновки.** У даному дослідженні з'ясовано, що мистецтвознавчий трансфер народної сорочки є процесом передачі надбань матеріальної й духовної культури від попередніх до прийдешніх поколінь. Зафіксовано, що на даний час, в період війни, розв'язаної Росією проти України, мистецтвознавчий трансфер відіграє важливу роль в зміцненні національної свідомості шляхом прагнення до етноідентифікації через сорочку – як створеної виробниками ексклюзивних речей, так і брендами, чия діяльність спрямована на масове виробництво сорочок, які не завжди дотримуються канонів створення традиційної сорочки як невід'ємного елементу костюма.

Ключові слова: мистецтвознавчий трансфер, народний костюм, народна сорочка, глобалізація, ідентичність, етноідентифікація.

Dolesko Svitlana. ARTISTIC TRANSFER OF THE UKRAINIAN FOLK SHIRT IN THE 21st CENTURY: GLOBALIZATION AND IDENTITY

The Ukrainian folk costume, in a slightly changed, but not lost artistic image, reached the beginning of the 21st century as means of ethnic identification of the Ukrainians in the world, especially in the context of Russia's military aggression against Ukraine, which began in 2014 and gained full momentum on February 24, 2022. The purpose of the study is to analyze the potential of the artistic transfer of the Ukrainian folk shirt through the prism of a holistic system of human image in the globalized world at the beginning of the 21st century. It is appropriate to use the very concept of a "shirt", or a "folk shirt", because the concept of an "embroidered shirt (vyshyvanka)" as such, which is embroidered, somehow narrows its interpretation. Since the shirt was traditionally not only embroidered, but also laced or patterned. The methodology of the study is determined by the specifics of the chosen topic and involves the use of methods of historicism, artistic analysis and theoretical generalization. Scientific novelty. The artistic transfer of the Ukrainian folk shirt in the context of meaningful consumerism and glamor as a social philosophy of the modern period is considered for the first time in modern art history. Due to this, the impact of globalization processes on the development of national and cultural identity of the Ukrainian people was analyzed. Conclusions. In this study, it was found out that the artistic transfer of folk shirt is a process of transferring the assets of material and spiritual culture from previous to future generations. It has been recorded that currently, during the war waged by Russia against Ukraine, the artistic transfer plays an important role in strengthening national consciousness by striving to ethnic identification through a shirt – both created by manufacturers of exclusive items and by brands whose activities are aimed at mass production of shirts that do not always adhere to the canons of creating a traditional shirt as an integral element of costume.

Key words: artistic transfer, national costume, folk shirt, globalization, identity, ethnic identification.

Виклад основного матеріалу. Народний одяг українців є трансляцією світогляду, культурного пласту, мистецьких вподобань, історичного шляху тощо. Сформований як гармонійний комплекс ряду елементів вбрання з деякими регіональними особливостями, він є візитною карткою українців у світі. При цьому, навіть не зважаючи на ряд негативних факторів та історичних подій, що відбувались і мають місце й на сьогодні.

Нищівним ударом по національному символу в формі різних виявів матеріальної й духовної української культури стало встановлення радянської влади, яка боролася з прагненням українців проявляти свою національну приналежність в колі радянських республік. Це поступово призвело до певного згасання інтересу в українців до своєї минувшини, де костюм відіграв надважливу роль, але не викоринило історичну пам'ять з корінням. Усі спроби радянської влади пояснити, що нація і релігія – це пережитки минулого – не мали своєї сили через те, що в сільській місцевості люди продовжували жити згідно традиційного укладу, хоч і дещо деформованого внаслідок суспільно-політичної ситуації, що склалась у XX столітті.

Аналіз історіографії проблеми мистецтвознавчого трансферу української народної сорочки в XXI столітті на перетині викликів глобалізації й прагнення до самоідентифікації, дозволив стверджувати, що дане питання фактично не висвітлено в українському науковому середовищі, за винятком наявності окремих праць, присвячених специфіці цього явища. Мистецтвознавці, етнологи, історики костюма у своїх працях досліджували переважно історію та видову різноманітність як костюма в цілому, так і сорочки. У цьому контексті, слід відзначити праці О. Косміної [4], Т. Кари-Васильєвої, Т. Ніколаєвої [6], К. Матейко [5] та інших. О. Копієвська проаналізувала значення традиційного костюма українського народу в сфері вітчизняного дизайну початку XXI століття [3]. У дослідженні Ж. Денисюк народна сорочка в період сучасності висвітлена як об'єкт україноцентризму та засіб етноїдентифікації [1].

І, незважаючи на те, що такі елементи вбрання, як плахти, свитки чи керсетки тощо,

вийшли з щоденного вжитку, народна сорочка вціліла. І на даний час вона є потужним транслятором етнонаціональних рис народу. Ці процеси доцільно характеризувати як мистецтвознавчий трансфер. Дане поняття введено в науковий обіг в 2021 році та є авторським баченням процесу передачі культурно-мистецьких надбань від їх носіїв до інших, потенційних носіїв [2]. Мистецтвознавчий трансфер української народної сорочки відбувся через передачу сучасним поколінням від предків їхнього бачення світу, життєвих устоїв, естетики, краси, гармонійності. Адже одяг є другим тілом людини. На початку XXI століття цей предмет вбрання демонструє свою здатність до трансформації й, разом із тим, збереження своїх ключових ознак та смислів.

Явище мистецтвознавчого трансферу вишитої сорочки на даний час відіграє важливу роль у збереженні як матеріальних, так і нематеріальних надбань культури та мистецтва українців. Оскільки сорочка виконує функцію ретранслятора традиційної культури в досліджуваний період. Необхідно детально розглянути, від чого залежить мистецтвознавчий трансфер цього елементу вбрання, які є перспективи та загрози.

Виходячи з теми дослідження, розглянемо мистецтвознавчий трансфер української народної сорочки як етномаркера в двох напрямках, які тісно переплетені між собою та висвітлені в даному дослідженні в тандемі:

1. Традиційна народна сорочка як маркер етноїдентичності, який підкреслює приналежність її носія до української нації;

2. Використання сорочки в модній індустрії, де в глобальних і локальних вимірах відбувається підміна понять, завдяки чому в українців формується хибне сприйняття цього елементу народного костюма.

У загальному, мистецтвознавчий трансфер народної сорочки у XXI ст. залежить від: інтеграційних процесів національних культур в глобальний світовий культурний простір; соціальних, політичних, економічних, культурних трансформацій у суспільстві; національної політики Держави зі збереження й популяризації надбань історії та культури, або ж її відсутності; виробників-носіїв традицій

(майстрів народного мистецтва); виробників зі сфери моди (дизайнери-модельєри одягу); споживачів-популяризаторів (як пересічні люди, так і представники політичної, культурно-мистецької та бізнес-еліти); діяльності ЗМІ, соцмереж та івент-індустрії.

В епоху глобалізації, якщо брати до уваги народне мистецтво й етноідентичність, відбувається стрімке руйнування кордонів між унікальними народними культурами. Через це під загрозою опиняється матеріальна й духовна спадщина різних народів світу.

Якщо в загальному поглянути на вбрання з точки зору впливу на нього й споживачів глобалізаційних процесів, то діяльність брендів, що формують сферу індустрії моди цілком залежать від цих процесів. Більше того – вони й формують актуальні тенденції в цій сфері та спонукають споживачів до несвідомого вибору того чи іншого одягу, чи, в цілому, стилю. Це можна коротко охарактеризувати поняттям «Тому що це зараз модно (в тренді, актуально)».

Це прояв консьюмеризму та брендовості як ознак філософії надспоживання, якій притаманне сліпе прагнення до володіння матеріальними речами, що значно переважає над духовними цінностями. У цьому руслі суттю консьюмеризму є заохочення споживачів до зростання обертів купівлі товарів та послуг, що призводить, наприклад, до забруднення довкілля, виснаження природних ресурсів, перенасичення суспільства матеріальними речами. *Консьюмеризм* як ознака сучасної культури одягання призводить до втрати людської індивідуальності. Разом із тим, *брендовість* трактується як акцент на використанні речей того чи іншого бренду (іншими словами, виробника) з метою підкреслення свого соціального статусу, іміджу, рівня достатку.

Сучасні європейські нації представлені універсальними костюмами масової моди. Оригінальні вироби таких всесвітньо відомих Будинків моди, як Шанель, Крістіан Діор та інші розповідають лише про матеріальний статус особи, а не про етнічну приналежність чи рівень патріотизму. Поширенням є явище використання копій виробів цих та інших брендів, що зазвичай свідчить про фінансові

статки й бажання людини наблизитися до того образу, який вона не може собі дозволити, але прагне його досягти, щоб в очах соціуму здаватися успішною.

На противагу вищеописаному, етноідентичність – це складний процес, який вимагає від людини не лише походу до магазину одягу й покупки модних речей, але чіткого розуміння, що з них є її рідним, національним, а що – запозиченим. Етноідентичність – це, в першу чергу, сприйняття себе як частини свого народу. У тому числі, й через костюм, що є стійким результатом багатовікових людських дій, що базуються на менталітеті, світогляді, естетичних вподобаннях, мистецьких вміннях тощо. Із розвитком культури народному костюму надавалось різне значення, але його створення, існування й сприйняття його образу розвивалось саме в межах традиційних культур.

З огляду на це, варто зупинитися на розгляді питання колекцій в етностилі відомих світових дизайнерів – особливо, колаборацій митців. Наприклад, українська дизайнерка Віта Кін створила колекцію для модного дому Гуччі (Рис. 1; 2). Історик моди Зоя Звиняцьківська відзначила, що в даній колекції «...Українські мотиви (якщо їх можна відокремити) розглядаються як частина великого світового орнаментального народного епосу» [7].

Якщо проаналізувати фотографії, якими модний дім популяризує колекцію в українському стилі, привертає увагу те, що моделі, які демонструють вбрання, є представницями країн Африки, Азії, Скандинавії. Тож, такий маркетинговий хід компанії спрямований на підкреслення того, що колекція не є українською за своєю суттю – вона перебуває за межами національної ідентичності. З огляду на це, необхідно зазначити, що сьогодні доволі важко визначити приналежність людини до певної етноспільноти, причому, навіть за мовними ознаками. Або ж, є країни, які утворились не за національним принципом – наприклад, Швейцарія. Тож, для багатьох людей етноідентифікація, передусім, пов'язана з їхнім бажанням за допомогою певної матеріальної ознаки підкреслити своє «коріння».



Рис. 1. Капсульна колекція Віти Кін для відомого бренду Gucci



Рис. 2. Капсульна колекція Віти Кін для відомого бренду Gucci

Очевидно, що народна українська сорочка з притаманним їй багатством традиційної орнаментики, декоративної варіативності, технік створення й оздоблення українського декоративно-ужиткового мистецтва в період сучасності, коли відбувся підйом національної свідомості, користується значним попитом не лише серед українських споживачів, а й закордонних.

Народна українська сорочка не лише продемонструвала свою життєстійкість в часи історичних зламів, коли українська національна культура опинялась під загрозою знищення. У загальносвітовому вимірі, починаючи з часу здобуття Україною незалежності в 1991 році, вона стала звичним елементом гардеробу перших осіб держави та членів їхніх

родин, важливим елементом гардеробу перших осіб держави, які беруть участь, в тому числі, й в подіях міжнародного рівня.

Це явище є винятковим, оскільки майже у всіх країнах, де до наших днів зберігся народний костюм, етноідентифікація з його допомогою відбувається тільки на рівні пересічних громадян. На відміну від України, де вишита сорочка є повноцінною частиною образу перших осіб держави та представників політики, шоу-бізнесу й лідерів громадської думки.

Також сорочка є невід'ємною складовою частиною дипломатичних стосунків, і в якості елементу дрес-коду українських дипломатів чи подарунків представникам дипломатичних місій інших держав, сприяє формуванню іміджу України як держави, де існує повага до

свого минулого. Отже, українська сорочка з цієї точки зору є загальнонаціональним символом одягу, загальноприйнятна на всій території України та впізнавана в світі саме як невід'ємний елемент українського костюма.

Далі необхідно висвітлити роль ключових носіїв традиції створення народної сорочки в мистецтвознавчому трансфері – сучасних майстрів народного мистецтва, які займаються вишивкою, мережанням, ткацтвом, зшиванням сорочок. Саме вони є трансляторами основних принципів створення й правил носіння цього елементу костюма, згідно з народними знаннями та вміннями попередніх поколінь.

Серед сучасних майстрів, що займаються створенням сорочок – І. Залізнюк, О. Шкрібляк, Н. Іпатій, Н. Вакуленко, Л. Драгомирецька та інші. Їхні вироби користуються повагою серед поціновувачів декоративно-прикладного мистецтва. Але, слід пам'ятати, що такі сорочки не є виробами масового вжитку, оскільки виготовлення однієї може займати від місяця до півроку. Тому і вартість таких виробів є високою, враховуючи авторський задум та роботу, відповідні матеріали. Тому на даний час затребуваною є продукція дизайнерів-модельєрів народних сорочок, які працюють як індивідуально, так і започатковують окремі бренди. Серед них – «Дизайн-студія Оксани Полонець», «Etnodim», «Птаха», «Varenyky Fashion», Yuliya Magdych, Vita Kin, «Зерно», Vala, Roksolana Bogutska, «FOBERINI», SVITLO. Їхня продукція (сорочки, блузи, вишиті сукні тощо) орієнтована не лише на українського споживача, а й на закордонного. Однак, на відміну

від творів індивідуальних майстрів, вироби вищевказаних брендів є зразком колективної праці в масовому сегменті. Споживач одягає «бренд», а не індивідуальний виріб, який своїм знаково-символічним навантаженням відображає його сприйняття світу, як частини українського світогляду. Інколи це пов'язано з бажанням одночасно підкреслити етноідентичність, продемонструвати свою вагу в соціумі через статус «бренду», або ж із прагненням мати таку ж річ, як у відомої особи, яка цю річ вже представила на широкий загал.

Також великою популярністю користується робота онлайн-магазинів, які здійснюють продаж сорочок турецького та китайського виробництва, зазвичай, орнаментованих не українською традиційною вишивкою й не мають ні відповідної колірної гами та фасонів, але позиціонують свої сорочки як українські традиційні. Тим самим, в масового споживача формується хибне сприйняття цього елемента народного костюма українського народу.

Про той факт, наскільки популярною та модною є народна сорочка, свідчить велика кількість інтернет-магазинів «вишиванок» українського фабричного виробництва (Рис. 3). Особливо затребувані дитячі вироби для урочистостей в дитячих садочках та школах. Щодо одягу в етностилі для дорослих, то він активно застосовується як і в свята, так і в повсякденному житті. Слід відзначити наступний факт: у першому десятилітті ХХІ століття етноодяг переважно був ознакою свята, а після старту військової агресії Росії проти України (з 2014 року) національний одяг, а, зокрема, вишита сорочка, стали популярними і на щодень.



Рис. 3. Головна сторінка сайту «Вишиванка від «ГАЛИЧАНКИ»



Рис. 4. Плакат Державної прикордонної служби України до дня вишиванки, 2022 рік

Від початку повномасштабної війни Росії проти України, коли президент Росії оголосив про «денацифікацію» України – попит на українські сорочки зріс у багато разів. Вони стали не лише модним аксесуаром, але й важливим елементом гардеробу українців як в тилу, так і на фронті (Рис. 4).

Разом із тим, зростання попиту на українську сорочку як спосіб етноідентифікації, знизилась вимога до її відповідності традиційним канонам як елемента народного костюма. Виробники сорочок настільки збільшили свої оберти, що, зазвичай, невибагливий споживач, який не володіє знаннями про основи традиційного вбрання, не завжди може відрізнити рідне від запозиченого. Тому необхідно перерахувати найпоширеніші помилки в презентації народної сорочки потенційним споживачам.

Помітно кілька тенденцій, які об'єднані одним і тим же – презентацією сорочки в варіаціях, що не мають відношення до неї як взірця українського декоративно-ужиткового мистецтва з багатовіковою історією. Наприклад, тло такого виробу може бути вже не білого кольору, а чорного, червоного чи, наприклад, синього. Хоча орнамент вишивки, наявний на даному виробі, вишитий згідно традиційних українських устоїв. Або ж, одягання чоловіком вишитої сорочки, в якій мовою вишивки заковані архаїчні жіночі орнаменти. Чи орнаментация сорочки символами, які раніше заборонялось використовувати, або ж їх вико-

ристання чітко регламентувалось. Наприклад, масове застосування вишитих маків на як дитячих, жіночих, так і чоловічих сорочках. Оскільки мак був переважно символом швидкоплинності життя.

Так само, тло й фасон сорочки можуть відповідати канонам створення вишитої сорочки, а, безпосередньо, сама вишивка буде вже не українською, а, наприклад, угорською, російською чи мексиканською. При цьому, дизайнери-творці цього виробу позиціонують її як споконвічну українську. Поширене й вдягання сукні з елементами вишивки, але при цьому створення неправдивого акценту на тому, що це суто українська вишиванка.

Більшість сучасних дизайнерів отримували освіту за радянських часів, коли вивчення народної культури не входило до переліку пріоритетних навчальних напрямків. Або ж, на початку 1990-х років, коли в навчальних програмах не приділяли належної уваги вивченню народного костюма, його особливостям тощо. Натомість, легко піддалися тенденціям, поширеним в країнах-лідерах індустрії моди. Наприклад, це стосується того, що дизайнер чи бренд повинен працювати, перебуваючи в динамічному русі – колекції повинні створюватись двічі на рік.

Тому й на даний час ми бачимо, як все більших обертів набувають експерименти з традиційними смислами народної сорочки, втрачається повага до цього сакрального елемента костюма, здійснюється підміна понять, коли

мало хто вже розуміє істинне значення народної сорочки, а тим більше, «вишиванки». Тому й відбулась поява суконь-вишиванок, сарафанів-вишиванок, брючних костюмів-вишиванок, пальто-вишиванок, шортів-вишиванок тощо.

У 2022 році в суспільстві зріс інтерес до народної сорочки як етномаркера, який підкреслює українське походження людини, що її вдягає, посилює відчуття гордості за свою державу. Це можна охарактеризувати як посилення ідентичного вектору мистецтвознавчого трансферу сорочки, що відбувається і завдяки діяльності ЗМІ та соцмережам, які підтримують дану тенденцію. Особливо – до Всесвітнього дня вишиванки, Дня незалежності. Значних поширень набувають дописи в соцмережах про весілля, де або пара наречених, або тільки наречена вбрані у народні сорочки чи сукні з елементами вишивки. Ця інформація спонукає інших українців, що планують одруження, також звертатись до таких весільних традицій.

Тож, як бачимо, на початку XXI століття відбувається зростання інтересу українців до народної сорочки. Однак, аби в подальшому призупинити процес невігластва, що викривлює сприйняття образу народної сорочки, в процесі своєї діяльності засновникам модних брендів необхідно залучати до створення своєї продукції в якості консультантів мис-

тецтвознавців та етнографів. Разом із тим, потрібно провадити масштабну роботу на державному рівні, або вона в руслі глобалізації не втратила свою суть як центральний, найбільш життєздатний елемент костюма.

Висновки. У статті розглянуто мистецтвознавчий трансфер як процес трансляції українських національних цінностей у глобалізований світ за допомогою народної сорочки як елементу костюма. Складено перелік факторів, що впливають на це. Зокрема, інтеграція національних культур в глобальний світовий простір, трансформаційні процеси в суспільстві, національна державна політика або її відсутність, носії традицій (майстри народного мистецтва), дизайнери-модельєри, споживачі, ЗМІ, соцмережі й івент-індустрія.

Роль сорочки вивчено в двох векторах – сорочка як маркер етноідентичності, який підкреслює приналежність її носія до української нації; використання її в сфері моди, відбувається підміна понять, внаслідок чого формується хибне сприйняття цього елементу народного костюма. З'ясовано суть понять консьюмеризм та брендовість, як противагу етноідентичності. Розглянуто застосування сорочки в політичній сфері. Виокремлено ряд прикладів, що висвітлюють підміну понять в розумінні українцями смислів народної сорочки. Визначено її роль в 2022 році, в період війни Росії проти України.

Література:

1. Денисюк Ж. З. Вишиванка як об'єкт україноцентричного наративу та національно-культурної ідентичності в інформаційному просторі. *Мистецтвознавчі записки* : зб. наук. пр. 2022. Вип. 41. С. 21–28.
2. Долеско С. В. Мистецтвознавчий трансфер українського народного вбрання у державних протокольних заходах. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2021. № 1. С. 84–89.
3. Копієвська О. Національне вбрання в дизайн-практиках України. *Культура і мистецтво: сучасний науковий вимір* : матеріали IV міжнар. наук. конф. молодих вчен., аспірантів та магістрів, м. Київ, 3–4 листоп. 2020 р. Київ, 2020. С. 118–119.
4. Косміна О. Ю. Традиційне вбрання України. Т. 1. Лісостеп. Степ. Київ : Балтія-Друк, 2008. 160 с.
5. Матейко К. Український народний одяг: етнографічний словник / відп. ред. Р. Кирчів. НАН України. Інститут народознавства. Київ : Наукова думка, 1996. 196 с.
6. Ніколаєва Т. Історія українського костюма. Київ : «Либідь», 1996. 173 с.
7. Фольклор і вишивка: українська дизайнерка створила колекцію для Gucci. BBC News Україна. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-62138666> (дата звернення: 11.09.2022).

References:

1. Denysiyuk, Zh. (2022). Vyshyvanka yak ob'iekt ukrainotsentrychnoho naratyvu ta natsionalno-kulturnoi identychnosti v informatsiinomu prostori [Vyshyvanka as an object of Ukrainian-centric narrative

and national-cultural identity in the information space]. *Mystetstvoznavchi zapysky* : zb. nauk. pr., 41, 21–28 [in Ukrainian].

2. Dolesko S. V. (2021). Mystetstvoznavchy transfer ukrainskoho narodnoho vbrannia u derzhavnykh protokolnykh zakhodakh [The art history transfer of the Ukrainian people's dress in protocol events]. *Visnyk Natsionalnoi akademii kerivnykh kadrov kultury i mystetstv*, 1, 84–89 [in Ukrainian].

3. Kopiiievska O. (2020). Natsionalne vbrannia v dyzain-praktykakh Ukrainy [National clothing in design practices of Ukraine.]. *Kultura i mystetstvo: suchasnyi naukovyi vymir* : materialy IV mizhnar. nauk. konf. molodykh vchen., aspirantiv ta mahistriv, Kyiv, 118–119 [in Ukrainian].

4. Kosmina O. Yu. (2008). Tradytsiine vbrannia Ukrainy [Traditional clothing of Ukraine]. T. 1. Lisostep. Step. Kyiv : Baltiia-Druk, 160 [in Ukrainian].

5. Mateiko K. (1996). Ukrainskyi narodnyi odiah: etnografichnyi slovnyk [Ukrainian folk clothing: An ethnographic dictionary] Kyiv : Naukova dumka, 196 [in Ukrainian].

6. Nikolaieva T. (1996). Istoriia ukrainskoho kostiuma [History of Ukrainian costume]. Kyiv: «Lybid», 173 [in Ukrainian].

7. Folklor i vyshyvka: ukrainska dyzainerka stvoryla kolektsiiu dlia Gucci [Folklore and embroidered shirt: Ukrainian designer created a collection for Gucci]. BBC News Ukraina. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-62138666> (data zvernennia: 11.09.2022) [in Ukrainian].